



**Universidad**  
Zaragoza

# Trabajo Fin de Grado

## Intervención comunitaria y pequeño comercio

Autores/a

Paula María Boli Murillo

José Polo Amador

Director/es

Chabier Gimeno Monterde

Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo

2018



## **Resumen**

Este Trabajo de Fin de Grado tiene como finalidad investigar, explorar y recoger experiencias de Intervención Comunitaria con pequeños comercios en la ciudad de Zaragoza, centrándonos en las intervenciones que están desarrollándose en la actualidad en los Barrios de San Pablo y Jesús, diseñadas e implantadas por el Ganchillo Social. También comprobar el papel que tiene el pequeño comercio en la creación de lazos y cohesión social en la comunidad. De modo que, realizaremos una revisión de las técnicas y herramientas que se utilizan para llevar a cabo estas intervenciones.

**Palabras clave:** Trabajo Social Comunitario, Comunidad, cohesión social y técnicas.

## **Abstract**

This End of Degree Project aims to explore and collect experiences of Community Intervention with small businesses in Zaragoza, focusing on the interventions that are currently being developed in the neighborhoods of San Pablo and Jesús designed and launched by the Ganchillo Social. Also check the role of small businesses in the creation of bonds and social cohesion in the community. Similarly, perform a review of the techniques and tools used during these interventions.

**Keywords:** Community Social Work, community, social cohesion and techniques.

## Índice

1.	Introducción .....	2
2.	Justificación .....	4
3.	Objetivos.....	5
4.	Metodología .....	6
4.1	Fuentes de información .....	7
4.2	Herramientas / técnicas .....	7
4.2.1	Observación participante .....	7
4.2.2.	Observación urbana. ....	7
4.2.3.	Entrevista .....	8
4.3.	La población o universo .....	8
4.4.	Ámbitos geográfico y temporal .....	9
4.4.1	San Pablo .....	10
4.4.2	Barrio Jesús .....	15
5.	Intervención comunitaria y pequeño comercio .....	21
5.1.	Trabajo Social Comunitario .....	21
5.1.1.	Comunidad .....	21
5.1.2.	Cohesión Social .....	23
5.2.	Comercio local .....	24
5.2.1.	La importancia del comercio en la convivencia de los barrios .....	24
5.2.2.	Experiencias concretas de trabajo social comunitario con comercio local .....	25
5.3.	Herramientas y metodología del Trabajo Social Comunitario en comercio y convivencia .....	29
5.3.1.	Paseo Vecinal .....	29
5.3.2.	Grupo motor y espacio técnico de relación .....	30
5.3.3.	Mapeo colectivo .....	31
5.3.4.	Actividad comunitaria .....	32
5.4.	Presentación de la entidad “El Ganchillo Social” .....	32
6.	Presentación de datos: RESULTADOS.....	34
6.1.	Barrio Jesús .....	35
6.1.1	Fases de la intervención.....	35
6.1.2.	Paseo Vecinal en el Barrio Jesús .....	39

6.1.3. Actividad Comunitaria: Día del Rabal.....	40
6.2. Barrio San Pablo .....	43
6.2.1. Fases en el barrio San Pablo: .....	43
6.2.2. Paseo Vecinal por el pequeño comercio del Gancho.....	47
6.2.3 Actividad Comunitaria: Jornada de Puertas Abiertas .....	47
7. Análisis: .....	49
8. Conclusiones y propuestas .....	52
9. Bibliografía .....	55
10. Índice de ilustraciones .....	58
11. Índice de tablas .....	59
12. ANEXOS .....	60
Anexo 1 .....	60
Anexo 2 .....	62
Anexo 3 .....	64
Anexo 4 .....	65

## Agradecimientos

Queremos trasladar nuestro agradecimiento, en primer lugar, a nuestras tutoras y mentoras del Ganchillo Social, por picarnos con el gusanillo del Trabajo Social Comunitario y las nuevas corrientes y formas de intervención social con la comunidad, así como por ayudarnos a documentar este trabajo, pero, sobre todo, por cuidar tan bien de nosotros en nuestro periodo de prácticas.

También queremos mostrar nuestro agradecimiento al director de este trabajo de fin de grado, Chabier Gimeno, tanto por su guía, durante la que nos ha compartido su experiencia, conocimientos y recursos, como por su acogida, dedicación y paciencia.

Y por último, pero no por ello menos importante, agradecer a nuestras familias el darnos la posibilidad de estudiar lo que nos gusta y su constante apoyo a nuestras decisiones, a las más acertadas y a las más inoportunas.

# 1. Introducción

El presente Trabajo de Fin de Grado se enmarca en el último curso del Grado de Trabajo Social de la Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo de la Universidad de Zaragoza y en la experiencia adquirida dentro de nuestras prácticas realizadas con Ganchillo Social en sus intervenciones sociales con el pequeño comercio en los barrios zaragozanos de San Pablo y Barrio Jesús.

Nuestra investigación está centrada en el Trabajo Social Comunitario, nivel de intervención propio de nuestra profesión, concretamente en su labor con los pequeños comercios de barrio. Consideramos que el comercio de proximidad no solamente posee una destacada dimensión como actividad económica y prestadora de servicios, sino que juega un importante papel como instrumento de relación vecinal y cohesión social en barrios urbanos en transformación.

Para ello hemos llevado a cabo una revisión bibliográfica sobre el Trabajo Social Comunitario, la comunidad, la cohesión social, el pequeño comercio y su importancia en la comunidad. Del mismo modo, hemos realizado una exploración de experiencias concretas de este tipo de intervención en otros distritos urbanos de Madrid, Barcelona, Logroño y Zaragoza, así como una recopilación de las técnicas y herramientas propias de este nivel de intervención, para concluir con el análisis y las aportaciones de dos proyectos actualmente activos de dinamización del pequeño comercio en sendos barrios de Zaragoza, San Pablo y Barrio Jesús, en los que hemos tenido la oportunidad de intervenir directamente.

Ya hace mucho tiempo que teóricos del urbanismo, ayuntamientos y movimiento vecinal coinciden en señalar la importancia de la pervivencia del comercio de barrio. Este tipo de reivindicación surge con el eclipse de los pequeños establecimientos frente a la competencia comercial de las grandes superficies. La causa proviene de la consolidación de un tipo de ciudad basada en una movilidad que se apoya en el uso generalizado del automóvil y en un modelo de relaciones comerciales más individualistas, que se ven reflejadas en el comercio de autoservicio.

Cuando los movimientos vecinales y las asociaciones de comerciantes de barrio reivindican el comercio de proximidad se basan, no solo en aspectos estrictamente comerciales como la calidad de la atención o la inmediatez del producto, sino en aspectos fundamentalmente económicos, demográficos, de movilidad o de seguridad:

- a) El mantenimiento de una red de economía colaborativa donde propietarios y usuarios de pequeños comercios se intercambian bienes y servicios económicos, fortaleciendo una economía local más estable e independiente de las estrategias inversoras o desinversoras de las grandes compañías.
- b) La estabilización demográfica en los barrios, tanto por la pervivencia del empleo en los pequeños negocios, como por la existencia de servicios comerciales o personales de proximidad que generan una mejor calidad de vida.
- c) Un modelo de movilidad peatonal, mucho más sostenible, que evita tanto el derroche urbano de espacio dedicado al transporte en automóvil, como el de tiempo entregado a desplazarnos desde nuestro hábitat residencial a los grandes centros especializados en la oferta de comercio, ocio y otros servicios. Un modelo de movilidad que además reduce la contaminación por emisión de gases y micropartículas procedentes la combustión y facilita ciudades más saludables.

- d) El sentimiento de seguridad que nos acompaña al transitar a través de calles pobladas de un trasiego de viandantes que acuden a los pequeños comercios, frente al sentimiento de inseguridad que nos invade cuando caminamos por espacios con escasa movilidad peatonal debido a que son áreas urbanas con edificios sin bajos comerciales y con solo una especialización residencial, que limita la circulación de peatones a los vecinos en sus momentos de entrada y salida de su hogar.

Nosotros hemos querido destacar la importancia de estas redes de comercio de barrio desde una nueva dimensión, la del Trabajo Social. Creemos que, además de las ventajas señaladas en las líneas anteriores, el pequeño comercio es la red más inmediata para fijar en el territorio nodos reconocibles de interrelación vecinal que mejoran la calidad de vida de los vecinos de un barrio.

Las características de esta red primaria de interacción vecinal en las ventajas de sus dimensiones espacio-temporales:

- a) Una implantación extendida en el entramado urbano en un espacio compartido con los edificios residenciales, frente a los centros comerciales, que concentran su actividad en el espacio y se especializan únicamente en funciones económicas y no residenciales.
- b) La mayor asiduidad y frecuencia de usos y contactos entre los vecinos y los comerciantes, hosteleros o servicios personales que con cualquier otro servicio de carácter público o privado.

Creemos que si las intervenciones de apoyo al comercio de barrio llevadas a cabo por los ayuntamientos en los últimos años han tenido hasta este momento un planteamiento estrictamente de apoyo gremial, las administraciones públicas deben incorporar a este respaldo la perspectiva del Trabajo Social Comunitario, no solo en la defensa de un sector económico como el comercio de proximidad, sino como apuesta por una estrategia que basa la mejora del bienestar social en la fortaleza de un entramado bien implantado de relaciones sociales de proximidad.

Los profesionales del Trabajo Social Comunitario tienen la oportunidad de apropiarse de una red bien implantada en el territorio. Se trata de una red consolidada, viva y flexible que proporciona a los trabajadores sociales una estructura social espontánea y bien constituida con la que intervenir en la sociedad. Del mismo modo, el pequeño comercio puede apreciar en los trabajadores sociales comunitarios un colaborador útil para su defensa, consolidación y su puesta en valor.



## 2. Justificación

La razón por la que decidimos escoger para nuestro Trabajo de Fin de Grado el Trabajo Social Comunitario y la labor con el pequeño comercio fue la motivación y la ilusión que adquirimos en nuestro aprendizaje durante el Prácticum de Intervención que realizamos juntos en la institución “El Ganchillo Social” durante el curso 2017-18. Nuestras compañeras del Ganchillo Social nos inculcaron el amor por esta profesión y por el Trabajo Social Comunitario. Nos enseñaron a aplicar aquellas técnicas que habíamos adquirido en nuestros estudios de grado y a implicarnos y comprometernos en los proyectos llevados a cabo por dicha organización en los barrios. Decidimos elaborar este Trabajo Fin de Grado con la intención de profundizar en las estrategias del Trabajo Social Comunitario y, más concretamente, en las técnicas usadas en la intervención sobre el pequeño comercio, entendido como instrumento de intervención social comunitaria. Por otro lado, hemos querido hacer visible cuál es la labor que se realiza en este tipo de intervenciones, dónde, con quién y cómo y valorar si realmente estas intervenciones tienen utilidad social y mejoran la vida de las personas que habitan los barrios objeto de las intervenciones.

De modo que, motivados por el Prácticum que habíamos llevado a cabo, decidimos desarrollar un trabajo en el que pudiéramos mostrar el uso de las herramientas y técnicas del Trabajo Social Comunitario y los logros sociales obtenidos en el Barrio Jesús y en el de San Pablo gracias a estas estrategias, soportadas tanto por profesionales cualificados, como por el vecindario.

Este tipo de intervenciones son procesos cuyos resultados únicamente pueden ser sólidamente evaluables en un amplio lapso de tiempo. Sin embargo, hemos querido publicitar la labor que el Ganchillo Social y el Ayuntamiento de Zaragoza llevan a cabo en ambos distritos con el fin de mostrar su carácter socialmente productivo, territorialmente transferible y laboralmente expansivo. Su productividad social se muestra en los resultados obtenidos en los entornos donde se implantan; su carácter transferible en la metodología que permite adaptar las intervenciones a otros distritos y ciudades; y su potencial laboral se refleja a través de la puesta en valor de los profesionales del Trabajo Social Comunitario como vehículo fundamental para lograr una mayor cohesión social y una mejora en la convivencia de las personas que redunde en el bienestar de la ciudadanía.

### 3. Objetivos

Para realizar una correcta investigación que se ciña a aquello que pretendemos conocer o demostrar hemos diseñado un objetivo principal y varios objetivos específicos a los cuales trataremos de dar respuesta a lo largo de este trabajo.

El objetivo general de nuestra investigación es:

- I. Analizar experiencias de intervención comunitaria sobre el pequeño comercio.

Los objetivos específicos son:

- I. Explorar las estrategias para medir el impacto de estas intervenciones en la cohesión de los barrios.
- II. Examinar el papel social que tiene el pequeño comercio en la creación de vínculos y redes con y entre los vecinos y vecinas.
- III. Identificar qué papel realizan los/as Trabajadores/as Sociales en acciones comunitarias con comercios.

## 4. Metodología

Una vez se han establecido los objetivos a los que va dirigida la investigación, se llevará a cabo una revisión bibliográfica, una recogida de información y un análisis de los datos obtenidos. En primer lugar, realizaremos una revisión de algunos conceptos con los que vamos a trabajar, para continuar explorando algunos proyectos destinados a la mejora del pequeño comercio. Finalmente, recogeremos datos de proyectos actualmente en marcha, como los de dinamización del pequeño comercio en el barrio de San Pablo y Conde Aranda y en el Barrio Jesús, diseñados e implementados por la entidad El Ganchillo Social.

En base a la realización del estudio y la recogida de información proponemos una investigación cualitativa (Hernández, Fernández & Baptista, 2007), ya que:

- a. Planteamos un problema, pero no seguimos un guion claramente establecido, es decir, los planteamientos no son tan específicos como en el enfoque cuantitativo.
- b. Nos centramos más en un proceso inductivo (explorar, describir y, luego, generar perspectivas teóricas). Vamos de lo particular a lo general.

En los estudios cualitativos no se prueban hipótesis, estas se generan durante el proceso y van concretándose conforme se avanza en la investigación. Por ello, en este tipo de investigación no procede formular una hipótesis inicial, ya que en las investigaciones cualitativas el papel de las hipótesis es diferente al que ejercen en las investigaciones cuantitativas. En este tipo de investigación se van formulando durante el proceso de recolección de datos o como resultado de la misma, sin necesidad de ser probadas estadísticamente.

“Las hipótesis de trabajo cualitativas son emergentes, flexibles y contextuales, se adaptan a los datos y avatares del curso de la investigación” (Hernández, Fernández & Baptista, 2007: 533).

La recolección de datos cualitativos lleva a que los resultados no sean estadísticos ni estandarizados, sino que dan pie a interacciones y un conocimiento más profundo y subjetivo del individuo o individuos con los que se trabajan. Esto es posible ya que las técnicas y herramientas que se utilizan para recabar información lo permiten, como las preguntas abiertas, interacciones en grupo, observación no estructurada, revisión de documentos, etc.

Al contrario del análisis cuantitativo, el cualitativo trata de tener una visión holística de la realidad de la investigación. El enfoque cualitativo comprueba el desarrollo natural de los hechos, ya que no existe manipulación alguna ni estimulación respecto a la realidad. Existen varias “realidades” ya que cada persona a investigar tiene su propia percepción de la realidad. De este modo, las indagaciones cualitativas no pretenden generalizar ni obtener grandes muestras representativas.

Esta investigación es de tipo descriptiva, debido a que nuestras preguntas de investigación, diseño y análisis de los datos están centradas en un tema determinado. La investigación descriptiva consiste en la recopilación de datos y acontecimientos, para posteriormente organizar y representar los datos (Abreu, 2012: 187-197).

## 4.1 Fuentes de información

El tipo de información utilizada en este trabajo proviene de fuentes primarias y secundarias.

Como fuentes de información secundaria hemos llevado a cabo una revisión bibliográfica de libros, artículos de revistas científicas, manuales de las asignaturas del grado de Trabajo Social y artículos científicos en internet en el ámbito objeto de nuestro trabajo que figuran en el apartado de la bibliografía, para obtener información sobre los temas de investigación y tener una visión actualizada del estado de la cuestión.

Como fuentes de información primaria, hemos realizado una entrevista semiestructurada al Ganchillo Social (Anexo 2), así como la elaboración cuadernos de campo basados en la observación directa y en las entrevistas y encuentros llevados a cabo con las trabajadoras sociales, comerciantes y el vecindario del Gancho y Barrio Jesús.

## 4.2 Herramientas / técnicas

### 4.2.1 Observación participante

La observación participante es una técnica para obtener información, se compone principalmente de dos actividades; observar de forma sistemática y controlada todo lo que sucede y al mismo tiempo participar en una o varias actividades de la población o comportamiento que se observa. La observación y la participación ofrecen diferentes perspectivas de la misma realidad (Guber, 2001: 57).

A través de esta técnica el observador/observadora se introduce en un grupo social definido de forma directa, durante un periodo de tiempo, creando una interacción con este grupo social en su hábitat natural con el fin de detallar sus acciones y entender sus motivaciones a través de la incursión en sus costumbres y actividades (Corbetta, 2003: 305).

El cuaderno o diario de campo es una herramienta para la sistematización de datos obtenidos durante una observación en un trabajo de campo, para potenciar la relación teoría-práctica, ya que la teoría y la práctica van unidas, retroalimentándose (Martínez, 2007).

### 4.2.2. Observación urbana.

La observación urbana es una herramienta del Trabajo Social Comunitario, utilizada para comprender y conocer mejor el objeto de estudio en el que posteriormente se llevará a cabo la intervención (Campos & Lule, 2012: 45-60).

En el caso concreto del Ganchillo social, en nuestra experiencia de prácticas fue un proceso que realizamos anterior a la intervención, con el objetivo de conocer mejor dicha zona para desarrollar una intervención adecuada.

Nuestra labor se basó en la observación de distintos puntos estratégicos del barrio a diferentes horas del día para conocer mejor el espacio y el tipo de gente que transitaba la zona en la que realizamos la observación (sexo, edad, nacionalidad, en grupo o solo, etc.). Todo ello documentado en una plantilla para recopilar la información de forma más rápida y eficiente (Anexo 1).

La recogida de la información se realiza no solamente a través de un documento escrito, sino mediante la toma de fotografías o vídeos captados con los móviles. Una vez recopilada la información, la transformamos en un documento conjunto en el que se plasma una visión sintética de las observaciones realizadas. Este documento nos servirá en un futuro a la hora de realizar la intervención, en caso de necesitar información sobre el paisaje urbano (edificación, infraestructuras, equipamiento, densidad de ocupación, grado de envejecimiento, modelos familiares, grupos étnicos, estrato social, etc.) de cualquier zona del barrio.

### 4.2.3. Entrevista

La entrevista como técnica de investigación tiene diferentes formatos, en este trabajo se ha escogido la entrevista semiestructurada, en la que se cuenta con un guion con los temas a tratar, pero con flexibilidad para el orden y las preguntas (Corbetta, 2003).

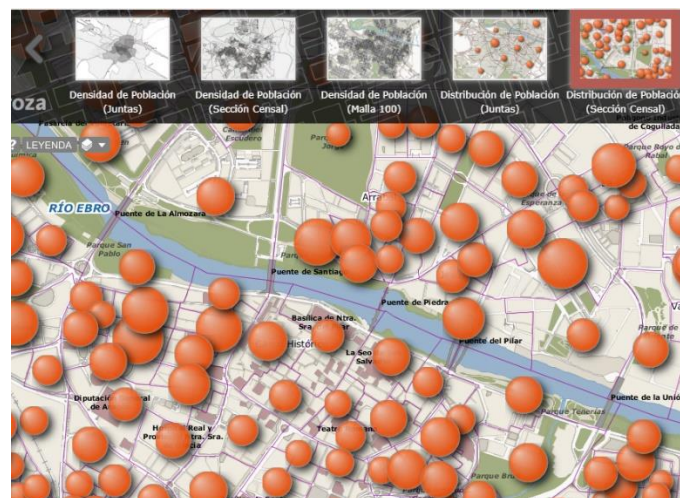
La entrevista se realizará al Ganchillo Social, para recabar información sobre su metodología de trabajo con el proyecto de dinamización del pequeño comercio, así como la fase o etapa en la que se encuentran. (Anexo 2)

### 4.3. La población o universo

Al ser un estudio basado en el Trabajo social Comunitario, nuestro universo a estudiar será toda la población perteneciente a estos barrios o lugares a estudiar. En cambio, en otros ámbitos del trabajo social se centran en un estudio concreto a personas con necesidades, no así en el Trabajo Social Comunitario, ya que no trabaja con un colectivo concreto si no con el conjunto de la sociedad. En concreto, en este estudio nos centramos en la población de dos barrios de Zaragoza, barrio de San Pablo y barrio Jesús.

Para calcular este universo recurrimos a la base de datos de población por distritos censales de 2014 que nos proporciona el visor demográfico de la web municipal. Nuestra área de intervención en San Pablo corresponde al distrito censal 01 (secciones 15 a 17 y 20 a 27) con un total de 15.948 habitantes. El área de intervención en el Barrio Jesús corresponde al distrito censal 10 (secciones 19 a 21, 23,60, 66, 67, 88 y 89) con 15.416 habitantes.

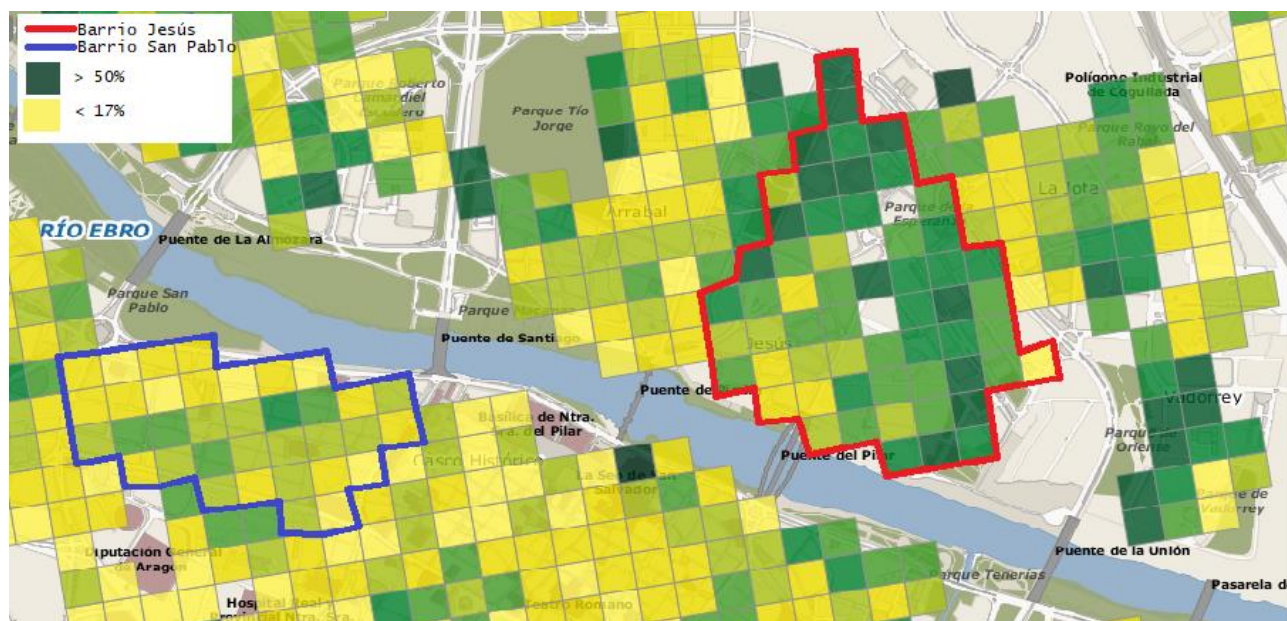
*Ilustración 1. Mapa de Zaragoza de población por sección censal (2014)*



*Fuente: Idezar. IGN, GEOT, Servicio de información Geográfica y Estadística del Ayto. de Zaragoza*

En lo relativo a la estructura de la población y recurriendo a las mismas fuentes estadísticas apreciamos una población sensiblemente menos joven en el Barrio de San Pablo que en el Barrio Jesús, tal y como se muestra en la malla de la ilustración 2, consecuencia de la reciente renovación urbana en el Barrio de Jesús y los procesos de envejecimiento en el casco histórico.

*Ilustración 2. Mapa mallado de población joven de Zaragoza (2014)*



*Fuente: Idezar. IGN, GEOT, Servicio de información Geográfica y Estadística del Ayto. de Zaragoza. Elaboración propia.*

#### 4.4. Ámbitos geográfico y temporal

Espacialmente nuestro ámbito de actuación se circunscribe a dos de los barrios más tradicionales de la ciudad de Zaragoza, San Pablo o el Gancho y el Barrio Jesús. Los dos barrios se caracterizan por ser áreas consolidadas de la ciudad que han sido objeto de importantes transformaciones urbanas o demográficas en las últimas décadas y que han provocado cambios en sus modelos tradicionales de relación social. No obstante, cada uno de ellos se halla en áreas de diferencias de la ciudad con procesos evolutivos singulares y estructuras urbanas internas propias. Por ello, previamente, trazamos un perfil del geográfico del barrio que nos permita un primer acercamiento a la zona desde una perspectiva social. El primero lo enmarcaríamos en lo que la geografía urbana denomina casco histórico degradado y el segundo en el primer anillo de la periferia obrera de la ciudad.

Cronológicamente nuestra investigación comienza con la puesta en marcha de dichos procesos en los barrios de San Pablo y Barrio Jesús de Zaragoza. El proceso de dinamización del comercio de San Pablo se inició en 2017. En el barrio Jesús la puesta en marcha del proceso comenzó en 2018.



### 4.4.1 San Pablo

Situación y delimitación espacial del área de intervención y contextualización histórica y urbana

#### DELIMITACIÓN

El Barrio de San Pablo o del Gancho está bien delimitado física e históricamente. Administrativamente está incluido en el distrito del Casco Histórico. Se ubica al oeste del casco histórico, entre las antiguas murallas romana y medieval. Los viales que lo limitarían serían Echegaray y Caballero, César Augusto, Conde de Aranda y María Agustín.

*Ilustración 3. Imagen de satélite del Barrio de San Pablo (abril, 2017)*



*Fuente: Google Earth.*

#### SITUACIÓN URBANA

Respecto a su posición en Zaragoza, el Barrio de San Pablo se ubicaría en el centro de la ciudad, en el casco histórico. Mientras que el casco histórico monumental en Zaragoza se centraría en el recinto que rodeaban las murallas romanas, el casco histórico más degradado correspondería a aquellas zonas, como el Barrio de San Pablo y el de San Agustín, que se situaban entre la muralla romana de piedra y la medieval de réjola o ladrillo.

En el mapa inferior vemos como el casco histórico más degradado, el que poblaba el campesinado y las clases populares, se organiza extramuros de la muralla romana: al oeste, San Pablo; al este, San Agustín; al suroeste, el entorno de la calle Pignatelli; y al norte, al otro lado del puente de piedra, el Arrabal.

*Ilustración 4. Plano de ubicación del Barrio de San Pablo respecto al centro histórico de Zaragoza.*



*Fuente: Plano base: Ayuntamiento de Zaragoza. Elaboración propia*

Estos barrios del casco histórico más popular han sufrido un proceso de envejecimiento y de degradación, en el que los grupos sociales más empobrecidos han venido a ocupar unos inmuebles más económicos por su antigüedad y limitadas condiciones de ocupabilidad.

#### CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICA

El barrio tiene una pasado bien atestiguado desde antiguo. La calzada romana que comunicaba Caesaraugusta con Astorga coincidiría con la actual calle de los Predicadores y en su torno surgirían villas romanas y más tarde arrabales artesanos durante el periodo andalusí, tal y como muestra la arqueología.

El trazado actual corresponde al ensanche del siglo XIII, organizado reticularmente en torno a seis largas calles paralelas, que son una muestra del mejor planeamiento urbanístico medieval en Europa. Jaime I concedió en 1218 privilegios a los pobladores del barrio, fundamentalmente labradores y artesanos, que convirtieron este distrito en el más poblado de la ciudad medieval. La ubicación de la plaza del mercado en el lugar donde se encuentra el actual Mercado Central reforzó la importancia de sus calles para el establecimiento de comercios y talleres de artesanos.<sup>1</sup>

La revolución industrial, en los siglos XIX y hasta bien avanzado el siglo XX, llevó a que quienes migraban a la ciudad abarrotasen este barrio intramuros y a que todas sus calles, pero destacadamente los soportales del Mercado, Predicadores y San Pablo, con su trazado largo y ancho, se convirtiesen en ejes comerciales principales de la ciudad. Tan grande fue la vitalidad del barrio, que el edificio del ayuntamiento de la ciudad estuvo ubicado en la calle de Predicadores entre 1912 y 1960.

<sup>1</sup> <https://historiaragon.com/2017/04/05/el-barrio-de-san-pablo/>



La expansión urbana de la ciudad a lo largo de la segunda mitad del XX, desde los barrios del anillo interior de la ciudad (Almozara, Delicias, San José, etc.), hasta los del anillo exterior (Valdespartera, Miralbueno, Parque Goya, etc.) han llevado a que parte de la población tradicional del barrio se haya reubicado en estos nuevos distritos con unos modelos de edificación contemporáneos.

*Ilustración 5. Calle de San Pablo en 1980.*



*Fuente: Gran Archivo de Zaragoza Antigua*

Esto llevó a que desde la década de 1970 el barrio entrase en un proceso de envejecimiento. Las viviendas que eran desocupadas en San Pablo para que sus familias habitaran un piso en un barrio nuevo, eran ahora ocupadas por población más empobrecida, que podía acceder a alquileres muy económicos que correspondían a la baja calidad de algunas viviendas. El comercio y los pequeños negocios fueron paralelamente cerrándose y el barrio entró en un proceso de degradación, debido a la baja capacidad de inversión de muchos de sus pobladores.

A partir de la década de 1980, los diversos ayuntamientos democráticos fueron desarrollando políticas de rehabilitación y revitalización del barrio que se plasmaron finalmente en el Plan Integral del Casco Histórico en 1997.

Desde la década de 1990, con la globalización y la llegada de una migración económica exterior desde todos los continentes, el barrio se ha ido repoblando. La posición central de esta parroquia en la ciudad, que facilita el acceso a las redes de transporte público, y la persistencia de algunos alquileres económicos han hecho que siga siendo un barrio atractivo para la inmigración, que además es capaz desarrollar su propio comercio. No obstante, la concentración de población inmigrante de determinado origen podría amenazar a alguna zona interna con un proceso de guetización.

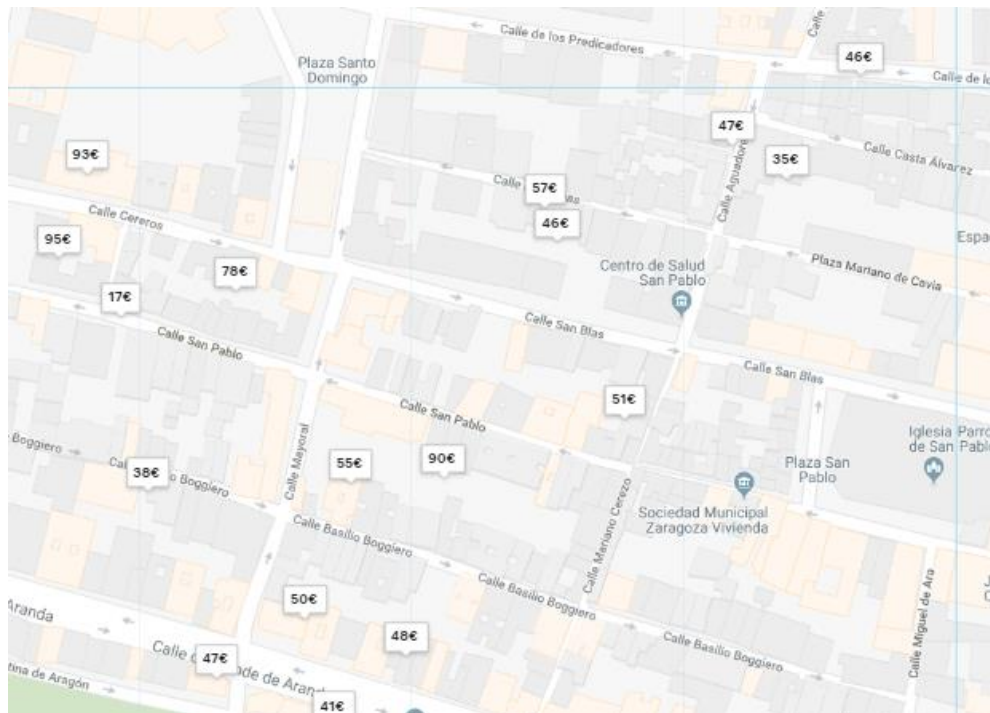
*Ilustración 6. Calle de Miguel de Ara (2006)*



*Fuente: Gran Archivo de Zaragoza Antigua*

La rehabilitación urbana de las últimas décadas, la creación de algunos equipamientos singulares como el Espacio Las Armas o la mejora de la movilidad que ha supuesto la peatonalización de espacios y la proximidad de la línea del tranvía, así como el incipiente aumento de vivienda de alquiler turístico, llevan a una penetración de una nueva oferta comercial y hostelera propia de los procesos de gentrificación.

*Ilustración 7. Oferta de vivienda de alquiler turístico de Airbnb en el Barrio de San Pablo (2018)*



*Fuente: Airbnb*



### ZONIFICACIÓN URBANA INTERIOR

El barrio conserva de modo un modo muy aceptable su estructura medieval, aunque se diferencian dos zonas con una morfología bien diferenciada.

*Ilustración 8. Imagen de satélite del entorno del Barrio de San Pablo (2017)*



*Fuente: Google Earth*

Los edificios más antiguos se encuentran en el este del barrio, a la derecha de la imagen. El callejero es más angosto y la edificación más antigua, con manzanas saturadas y escasos espacios libres. Intervenciones municipales como “Esto no es un solar” desde el año 2013 han permitido esponjizar el barrio mediante la reconversión de solares en espacios de uso público. En este callejero nos encontramos los mayores riesgos de marginalidad y guetización.

Las zonas de edificios más elevados se encuentran al oeste del barrio, a la izquierda de la imagen, con manzanas cerradas con amplios patios de luces interiores. Surgen de las áreas desamortizadas de los conventos de Santa Inés o Santo Domingo, que permitieron un elevado crecimiento en altura en las construcciones de la segunda mitad del XX. Los vecinos poseen mayor poder adquisitivo y la zona mantiene una más intensa actividad comercial.

Otras zonas con unas rentas más altas son las que corresponden a los edificios que dan a avenidas más amplias (Paseos de Sagasta, María Agustín y Echegaray y Caballero y Avenida de César Augusto), donde la accesibilidad también facilita la implantación de un comercio especializado.

Los riesgos de envejecimiento, guetización, gentrificación o turistificación se mezclan en esta zona y la intervenciones a través del comercio de proximidad puede convertirse en un buen aliado para mejorar la convivencia y la calidad de vida.

## 4.4.2 Barrio Jesús

Situación y delimitación espacial del área de intervención y contextualización histórica y urbana

### DELIMITACIÓN

El Barrio Jesús está incluido en el distrito del Rabal de Zaragoza y carece de unos límites administrativos oficiales. Hemos tomado para delimitar el espacio de intervención los lindes tradicionales fijados por la Asociación de Vecinos del Barrio Jesús. Al sur, el límite más claro, lo marca el Ebro; al oeste, la calle Matilde Sangüesa, por donde discurría el ferrocarril y que lo separa del Rabal; y al norte y este, Marqués de la Cadena, que lo hace de los barrios de la Jota y Vadorrey.

*Ilustración 9. Imagen de satélite del Barrio de Jesús (2017)*



Fuente: Google Earth.

### SITUACIÓN URBANA

Respecto a su posición en Zaragoza, el Barrio Jesús sería lo que se denomina un barrio obrero del anillo interior de la ciudad. Este tipo de barrios crecen al calor del primer desarrollo industrial en la periferia del casco histórico. Su nacimiento suele estar asociado al entorno de estaciones de ferrocarril, en este caso la estación del Norte, junto a las que se levantarían tempranamente algunas de las primeras industrias de la ciudad y zonas residenciales de trabajadores industriales, ferroviarios y pequeños negocios que en ocasiones conviven todavía con torres agrícolas tradicionales.

En el mapa inferior vemos como las estaciones del ferrocarril van organizando este anillo obrero en torno a Zaragoza. Así, la estación de la Almozara se vincularía al barrio de mismo nombre, la del Portillo a Delicas, Utrillas a San José y las Fuentes y la estación del Norte al Arrabal y al Barrio Jesús.



*Ilustración 10. Plano de ubicación del Barrio Jesús respecto al centro histórico de Zaragoza.*



Fuente: Plano base: Ayuntamiento de Zaragoza. Elaboración propia.

Estos barrios del anillo interior de la ciudad mantienen su identidad, han abandonado su función industrial y consolidado la residencial, que se ha reimplantado sobre aquellas zonas fabriles en desuso.

#### CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICA

Los cambios en los procesos industriales y los residenciales asociados determinan la evolución y el carácter del Barrio Jesús desde mediados del XIX hasta la actualidad.

La implantación en 1861 de la Estación del Norte y en 1900 de la Azucarera del Rabal genera la creación de un barrio de trabajadores con un urbanismo precario que atrae a numerosa mano de obra.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> <https://avvbarriojesus.org/historia-del-barrio/>

*Ilustración 11. Vista aérea del Barrio Jesús (1930)*



*Fuente: Zaragoza 1908-2008, FCC*

El siguiente impulso de crecimiento del Barrio Jesús se llevaría a cabo a partir de la década de 1950, ligado a los períodos de postguerra y aperturismo del franquismo, que provocaron un éxodo rural desde la diferentes comarcas de Aragón, pero también desde otras regiones del interior y sur peninsular, hacia Zaragoza y este barrio.

*Ilustración 12. Calle de Jesús (1960)*



*Fuente: Asociación de Vecinos del Barrio Jesús.*



La declaración de Zaragoza como Polo de Desarrollo Industrial y el consecuente desarrollo del cercano Polígono Industrial de Cogullada en la década de 1960 provocó un crecimiento en altura en los márgenes del barrio para acoger la oleada migratoria interior proveniente del éxodo rural. Las nuevas zonas se levantan con las peculiaridades propias de un urbanismo del desarrollismo que no vienen acompañado de los equipamientos necesarios en un planeamiento urbano adecuado.

*Ilustración 13. Vista aérea del Barrio Jesús (1970)*



Fuente: Proyecto GAZA

La crisis de la década de 1970 y la consiguiente reconversión industrial de la de 1980 tuvieron como consecuencia el abandono de espacios industriales, que entrarían en un proceso de degradación. No obstante, la llegada de la democracia ayudó a la implantación de equipamientos de carácter social en el barrio.

Durante la primera década del siglo XXI el Barrio Jesús conoce una renovación urbana en algunas de sus áreas, debido al crecimiento de la llamada burbuja inmobiliaria, a la necesidad de rehabilitar los antiguos espacios industriales abandonados o al crecimiento económico y demográfico que acompaña a la globalización de la economía y llegada de la inmigración exterior.

*Ilustración 14. Imagen de satélite del Barrio Jesús (2017).*



*Fuente: Google Earth*

La desaparición de aquellas primeras estaciones y de sus espacios industriales asociados debido al cambio de ciclo tecnológico y a la expansión urbana que engulle estas antiguas zonas fabriles, lleva a la existencia de grandes espacios industriales en desuso, que serán aprovechados para la construcción de zonas residenciales de nuevo desarrollo, que contrastan con el barrio tradicional. Se renuevan antiguos espacios industriales, convirtiéndolos en equipamientos sociales, como la Azucarera, donde se ubica desde el año 2011 Zaragoza Activa, un espacio municipal dedicado al emprendimiento, la cultura y la innovación social.

*Ilustración 15. Edificio rehabilitado de la antigua Azucarera del Rabal, sede de Zaragoza Activa.*



*Fuente: Ayuntamiento de Zaragoza*



### ZONIFICACIÓN URBANA INTERIOR

Los diferentes desarrollos cronológicos han creado dos zonas bien marcadas, que diferencian entre el barrio tradicional y los nuevos desarrollos urbanos y cuya morfología se aprecia en la imagen inferior.

*Ilustración 16. Imagen de satélite del entorno de la calle Pedro Arnal (2017)*



*Fuente: Google Earth*

Los edificios de nuevo desarrollo (en la derecha de la imagen) se caracterizan por manzanas abiertas en las que predominan los bajos comerciales y que están insertas en amplias avenidas arboladas. Socialmente suelen estar habitados por familias más jóvenes, con una más reciente incorporación al barrio y con mayor poder adquisitivo.

El barrio tradicional (en la esquina inferior izquierda) está formado por manzanas cerradas en un callejero más angosto y con menos espacios comerciales. Socialmente sus vecinos parecen ser familias de mayor edad, con una vinculación más antigua con el barrio y un menor poder adquisitivo.

Las apreciaciones de los grupos sociales de una y otra zona responden a la observación de quiénes entran en los portales en nuestros paseos por el barrio.

El barrio tradicional está siendo también renovado en sus edificaciones y los inmuebles más antiguos van siendo sustituidos por nuevos edificios residenciales que rejuvenecen arquitectónica y socialmente al barrio.

En esta situación nos encontramos con unos vecinos de nuevo aluvión que conviven con el vecindario tradicional y un comercio y servicios de proximidad nuevos que eclipsan al comercio y a la hostelería tradicional.

La convivencia entre estos dos espectros vecinales y la pervivencia del comercio tradicional como elemento integrador del barrio es el objetivo que planteamos en nuestra intervención en el Barrio Jesús.

## 5. Intervención comunitaria y pequeño comercio

En este apartado queremos mostrar la vinculación entre la intervención comunitaria y el pequeño comercio a través de varias experiencias. Comenzamos realizando una revisión de conceptos relacionados con el Trabajo Social Comunitario, el pequeño comercio y su importancia en la comunidad. A continuación, recopilamos una serie de experiencias de intervención comunitaria con el pequeño comercio en ciudades como Barcelona, Logroño, Madrid o Zaragoza. Posteriormente, recogemos y definimos una serie de técnicas y herramientas que se utilizan en este tipo de intervenciones. Finalmente, realizaremos una presentación de la entidad “El Ganchillo Social”, Asociación con la que realizamos nuestras prácticas y una de las fuentes de información de este nuestro trabajo.

### 5.1. Trabajo Social Comunitario

El Trabajo Social Comunitario tiene diferentes nombres, “Desarrollo Comunitario” y “Organización de la Comunidad” son algunos de ellos, pero todos se refieren al proceso que aspira al bienestar social de la ciudadanía, a través de la participación activa de la misma en el análisis, concienciación y resolución de los problemas que les afectan, partiendo de la comunidad y utilizando los recursos que ésta tiene (Lillo y Roselló, 2001: 19).

El Trabajo social Comunitario es un nivel de intervención propio del trabajo social, como también lo son el trabajo social con individuos y el trabajo social con grupos. Es decir, el Trabajo Social Comunitario, al contrario de lo que hacen los otros dos niveles de intervención, basa su esfuerzo en tratar de mejorar la calidad de vida de la sociedad en su conjunto, no solamente centrándose en aquellas personas o grupos de personas que demandan la atención del trabajo social (usuarios/usuarias).

Este ámbito de intervención está centrado en la proximidad local, promoviendo e impulsando procesos de sensibilización, organización y movilización de colectivos hacia los intereses propios de la ciudadanía. Consiste en la transferencia de las capacidades y habilidades por parte de los profesionales a los grupos, asociaciones y comunidades para que consigan el cambio que desean emprender. Ya que, solo cuando los ciudadanos se apropian de los procesos sienten que son los protagonistas de su construcción y cambio social. Este tipo de intervención centra su atención en las fortalezas y oportunidades de los contextos, atendiendo también las necesidades y limitaciones. Es un Trabajo Social centrado en la integración social desde la diversidad, la coordinación y cooperación entre profesionales, redes interorganizacionales, sistemas y áreas de protección para llevar las voces, propuestas y necesidades de la ciudadanía a las políticas públicas (Pastor, 2016: 10-11).

El Trabajador/Trabajadora Social tiene la función de ser una pieza de unión o engranaje entre las partes que conforman la comunidad.

#### 5.1.1. Comunidad

A continuación, vamos a definir qué es la comunidad, apoyándonos en autores como Marco Marchioni.

Existen diferentes nociones de comunidad. Por una parte, está la comunidad entendida como localidad, referida al territorio (ya sea el barrio, la ciudad o el pueblo) o las organizaciones (ya sean servicios sociales, equipamiento de salud, etc.). Por otra parte, está la comunidad entendida como grupo en el que se generan relaciones, en la que no es necesario que sus miembros vivan cerca o se conozcan cara a cara, ya que una

comunidad puede ser un grupo de apoyo online, una organización de voluntarios, un juego online, etc. (Maya, 2009).

La comunidad está formada por la combinación de una serie de elementos y factores, estos son clave para la Intervención Comunitaria: territorio, población, recursos y demandas (Marchioni, 2002: 11).

El primer elemento, el territorio, es un elemento clave a conocer por el Trabajador/Trabajadora Social Comunitario, puesto que el espacio donde nos desenvolvemos condiciona la vida de la población, positiva o negativamente. Los condicionantes geográficos tienen escalas diferentes que van desde la región geográfica que habitas, a la dicotomía rural/urbano, o a las diferencias entre los diferentes tipos de espacios urbanos dentro de la ciudad. En este sentido, podemos apreciar que no es lo mismo vivir en la comunidad urbana del casco antiguo o en el extrarradio. Conocer toda la información sobre las características físicas del territorio, como el tamaño, densidad, morfología de la vivienda, distribución de equipamientos públicos o privados o entramado viario, nos aporta una visión de los condicionantes sociales y nos descubre barreras físicas y obstáculos que pueden determinar también barreras sociales y culturales.

En cuanto a la población, la entendemos como el conjunto de personas que viven en un territorio. El conocimiento de la población pasa por saber, no solamente su número, sino su estructura por sexo, edad, origen, niveles educativos y económicos, etc.

En lo relativo a los recursos, en el Trabajo Social Comunitario es importante conocer las organizaciones sociales que surgen a través de la interacción de las personas (grupos informales, asociaciones, etc.) Un importante instrumento que tenemos desde el Trabajo Social Comunitario es el fichero comunitario.<sup>3</sup> En el Trabajo Social Comunitario es imprescindible conocer y contar con los recursos existentes en la comunidad, siendo esta misma un recurso en sí. Existen tres tipos de recursos:

- a) *Públicos*: casas de Juventud, centros de salud, bibliotecas, etc.
- b) *Privados no especulativos*: farmacias, guarderías, etc.
- c) *voluntarios*: ONGs, asociaciones vecinales, clubes deportivos, etc.

Estos recursos se pueden clasificar según su ámbito:

- a) *Educativos*: colegios, Institutos, etc.
- b) *Sanitarios*: farmacias, veterinarios, etc.
- c) *Económicos, de trabajo y empleo*: oficinas de empleo, empresas de trabajo temporal, etc.
- d) *Cultura, ocio y tiempo libre*: clubes deportivos, ludotecas, etc.
- e) *Sociales*: ONGs, asociaciones de vecinos, etc.

Todo ello deberá estar registrado en el Fichero Comunitario de un territorio, como un recurso necesario para la intervención social comunitaria.

Finalmente, el cuarto elemento que determina una comunidad son sus demandas. Las demandas de la comunidad son las necesidades, soluciones a problemas o aspiraciones que esta manifiesta. Detrás de cada proceso de intervención social comunitaria existen una o varias demandas. Éstas demandas pueden haberse producido ya o podemos prever que se producirán en un futuro cercano por la previsible evolución social de

---

<sup>3</sup> Fichero Comunitario: Registro de los agentes sociales pertenecientes a una comunidad.

la comunidad. Por otra parte, hay demandas que son manifestadas abiertamente por la comunidad y otras que emergen a través del Trabajo Social Comunitario y que se deben de incorporar al conjunto de demandas comunitarias.

### 5.1.2. Cohesión Social

A continuación, trataremos de definir el concepto de cohesión social a través de diferentes autores, pero, previamente a hablar de cohesión social, hay que conocer qué es la integración.

La integración es más que la suma de las partes, es la asimilación e intercambio entre las personas que forman la estructura social, participando activamente en la vida social, económica, laboral, etc. Y al mismo tiempo contando con los mismos derechos, obligaciones y oportunidades. Es decir, poder desarrollarse en la sociedad con las mismas oportunidades, sin importar edad, género, nacionalidad, origen, etc. (Malgesini y Giménez, 1997: 203-204).

Uno de los objetivos del trabajo social comunitario, en concreto cuando la acción va dirigida al comercio, es lograr una mayor cohesión social entre los vecinos del barrio.

La cohesión social se puede definir como “la capacidad de una sociedad de asegurar el bienestar de todos sus miembros, minimizando disparidades y permitiendo el acceso equitativo a los recursos disponibles” (Consejo de Europa, 2004).

Para que una sociedad cuente con cohesión social ha de haber (Giménez et al, 2015: 37):

- a) Una mayoría de población con conciencia de pertenencia, es decir sentirse parte de la comunidad
- b) Una mayor valoración de los intereses comunes que de los individuales, priorizando el bien común ante el propio
- c) Unas normas o reglas aceptadas y respetadas, contando con las herramientas o vías para su modificación
- d) Vínculos positivos entre los componentes de la comunidad (personas, pueblos, etc.)
- e) Instituciones activas y en funcionamiento
- f) Equidad e inexistencia de grandes desigualdades, con predominio de la inclusión social
- g) Prevención y regulación de la conflictividad, con caminos para su resolución

La cohesión social es un estado, en el cual, cuando es alcanzado por una sociedad o comunidad, las personas y agentes que la conforman se relacionan y vinculan de forma voluntaria y positiva. (CEPAIM, 2015).

En resumen, cohesión social es la cualidad que tiene una sociedad para lograr una unión positiva entre sus vecinos y vecinas, la cual está basada en un sentido de pertenencia voluntaria y compartida y la igualdad entre todos ellos/ellas, con el objetivo de obtener unos beneficios como la disminución de la conflictividad entre vecinos y vecinas o una mayor cooperación entre ellos/ellas.

## 5.2. Comercio local

Dentro de este apartado vamos a realizar una pequeña definición del comercio local, así como a explorar la importancia que tiene como enclave determinante, dónde se generan lazos y relaciones sociales. Por último, recopilaremos una serie de experiencias concretas de intervención comunitaria con el pequeño comercio en ciudades como Madrid, Barcelona, Logroño y Zaragoza.

Este tipo de comercio es difícil de definir por la gran variedad de ámbitos y formas existentes, pero para realizar una aproximación vamos a utilizar la definición utilizada por Paloma Gómez Crespo “Entendemos por pequeño comercio minorista aquellas unidades económicas de abastecimiento de mercancías al consumidor a pequeña escala que no superan los 5-6 ocupados por establecimiento” (Gómez, 1994: 33).

El P.I.C.H. (Plan Integral del Casco Histórico) de Zaragoza considera al pequeño comercio como uno de los principales motores económicos del Casco Histórico que, aparte de generar y mantener el empleo dentro del sector minorista, es un punto de interacción social frente a la despersonalización que generan otros formatos comerciales como cadenas, franquicias o grandes empresas.<sup>4</sup>

### 5.2.1. La importancia del comercio en la convivencia de los barrios

Los mercados y comercios son espacios importantes dentro de la comunidad, no solamente porque abastecen de bienes económicos a la población de un territorio, sino porque en muchos barrios estos comercios son, al mismo tiempo, un lugar de encuentro, un registro de la vida económica que muestra el grado de vitalidad de una comunidad. Muchas veces el estado de decadencia de un mercado va unido al de decadencia de la comunidad (Marchioni, 2013: 100).

El comercio local no solo es un negocio en el que se intercambian bienes, sino que también tiene un papel social en dos dimensiones (Gómez, 1994):

- a) *Como grupo social*: Ya que este tipo de comercio permite una movilidad socioeconómica ascendente intra e intergeneracionalmente.
- b) *Como espacio para la interacción social*: Puesto que estos comercios sirven de sitio de encuentro y relación para la población a la que abastece, así como puntos de información, fomentadores de la ayuda mutua y colaboran con la organización de acontecimientos de la comunidad.

Es decir, las relaciones económicas de este tipo de comercio dan pie a las relaciones sociales. El trato directo y continuado entre comerciantes y clientes permite la creación de una relación de confianza y un trato personalizado, así como relaciones entre clientes/clientas.

Existen distintas formas de interacción social en los pequeños comercios:

- a) *Lugar de encuentro y tertulia*: Ya que el ir de compras implica una interacción con otros individuos y a veces se realiza con otras personas.
- b) *Centro receptor y difusor de información*: Dado que durante la compra se intercambia información constantemente entre el cliente/clienta y el comerciante, entre clientes/clientas, con proveedores, etc.
- c) *Como canalizador de favores y ayudas*: No solo se intercambia información, también favores y ayuda, para encontrar empleo, préstamos, alquileres, etc.

---

<sup>4</sup> <https://www.zaragoza.es/ciudad/sectores/pich/borrador/comercio.htm>

- d) *Participación y colaboración en los acontecimientos de interés para la comunidad:* Puesto que se implican en las actividades de la comunidad de las que forman parte, en festejos, movilizaciones, donaciones, cesión de espacios para cartelería, etc.

Del mismo modo, los comercios ejercen como núcleos de relación, intercambio de información o puntos de encuentro entre otras funciones (Gómez, 2006).

Los establecimientos comerciales son un espacio fundamental para la vida vecinal en los barrios, tanto por lo que en ellos acontece, como por su articulación con otros espacios donde se desarrolla la vida cotidiana del barrio. Son claves para la sociabilidad y la construcción de la comunidad y la convivencia, ya que en ellos y entorno a ellos se produce una interacción entre vecinos/vecinas, ya sea como clientes/clientas, comerciantes, dependientes, etc. (Gómez, 2013: 143-163).

### 5.2.2. Experiencias concretas de trabajo social comunitario con comercio local

En este apartado hemos realizado una recogida de experiencias de intervención comunitaria con el pequeño comercio en diversas ciudades españolas. Comenzaremos plasmando las intervenciones realizadas en barrios de Barcelona, Logroño y Madrid, para finalizar con las realizadas en la ciudad en la que se centra nuestro estudio, Zaragoza.

#### Gestión de la Diversidad entre Pequeños Comercios de Barcelona

En Barcelona, concretamente en el barrio del Poble Sec, se realizó entre febrero de 2004 y mayo de 2005 una mediación comunitaria intercultural, con el objetivo de adentrarse en las relaciones y comunicación entre los comerciantes, sacando a la luz sus intereses comunes. El contexto inicial era el de un barrio que contaba con comercios de los que acostumbramos a denominar “de toda la vida”, regentados por vecinos autóctonos, y un número, cada vez más creciente, de negocios regentados por inmigrantes. Había un ambiente tenso entre los comerciantes autóctonos y los comerciantes inmigrantes, por lo que se realizó una mediación comunitaria entre ambas partes.

El trabajo de mediación se apoyaba en dos objetivos: por una parte, dar visibilidad y reconocimiento a la diversidad; por otro, dar luz a esos intereses, problemas y soluciones comunes entre los comerciantes. El objetivo final era conseguir un proyecto de desarrollo común para ambos tipos de pequeños comercios en un mismo territorio.

Este proceso de mediación se llevó a cabo a través de una serie de fases. Comenzaron realizando un diagnóstico de la realidad, conociendo el punto de vista de cada comerciante, así como sus posibles propuestas y soluciones. Continuaron hacia la fase propia de mediación, reuniendo a una serie de comerciantes que representaban a la mayoría para generar un proyecto de dinamización del comercio. Este grupo estaba formado por diferentes perfiles de comerciantes, para contar con diversos puntos de vista y propuestas. A partir de la creación de este grupo se comenzó a realizar un diagnóstico común de la situación del barrio, se propusieron unos objetivos comunes y las actividades que realizarían para llevarlos a cabo.

Concluyen descubriendo que la diversidad que en principio era un problema, en la actualidad es una fortaleza (Zegri, Navarro & Aramburu, 2009:37-45).

## Intervención Comunitaria Intercultural de Logroño (I.C.I.)

La Intervención Comunitaria Intercultural es un proyecto pionero y novedoso financiado por la Caixa y que está implantado en treinta y una ciudades españolas. Sus promotores lo definen como un proyecto de intervención que fomenta la interacción y la convivencia en zonas con una diversidad cultural significativa para crear una sociedad cohesionada.

En concreto, la I.C.I. de Logroño ha realizado proyectos con el pequeño comercio durante el periodo de 2011 a 2013 en barrios de la ciudad. Uno de los más importantes es el C+C (Comercio + Cultura), el cual se desarrolla en los barrios de San José y Madre de Dios de Logroño.

Esta propuesta muestra cómo a través de la intervención comunitaria con el pequeño comercio se puede dar respuesta a problemas como la desunión, la falta de competitividad o la falta de un organismo de comunicación entre comerciantes. También se ve como una clara oportunidad para transformar una imagen deteriorada del comercio diverso, por otra más ligada a la creatividad y la innovación. Del mismo modo, sirve para reflejar el beneficio y la riqueza de la interculturalidad.

Comercio + Cultura consiste en una acción central que se desarrolla durante una semana cada año, esta acción consiste en seleccionar conjuntamente, es decir, los técnicos y el barrio, una serie de comercios representativos de la diversidad. Una vez elegidos se realiza una intervención artística o diseño en los escaparates, para después incitar al barrio a visitarlos, de forma libre u organizada.

Para poder llevar a cabo esta acción central se realizan una serie de acciones paralelas, incluyendo a todos los agentes de la comunidad. Ejemplos de estas acciones paralelas colaboradas por el pequeño comercio son las campañas de nutrición lanzadas desde el ámbito sanitario, las gymkhanas por los comercios participadas desde el ámbito educativo, las exposiciones y el teatro callejero desde el artístico, los talleres de reciclaje comercial desde el ámbito social, etc.

Los resultados de esta intervención fueron un refuerzo de los comercios, la experimentación de fórmulas innovadoras, el conseguir apoyo económico desde la Cámara de Comercio y una partida económica municipal, el aumento del número de clientes y la diversificación de sus perfiles, la ampliación de los encuentros improbables y una nueva imagen del barrio, entre otros.

El Plan de Dinamización del Comercio de Logroño lo que pretende es dinamizar el comercio de la zona a través de las nuevas tecnologías. Se centra en una APP que advierte a sus usuarios de las novedades, ofertas, eventos, localización y otros aspectos de interés de los comercios locales que forman parte de la aplicación. Es un proyecto novedoso en el país, que está colaborado por el Ayuntamiento de Logroño.<sup>5</sup>

## Barrios Socialmente Responsables: Madrid

Buenas prácticas son aquellas acciones que contribuyen a la generación de cohesión social, poniendo énfasis en los procesos de empoderamiento de los participantes que se implican en ellas diariamente. Son el producto de procesos, ideas, emociones sueños, etc. con el objetivo de mejorar la vida de las personas que forman y habitan un territorio (CEPAIM, 2014).

---

<sup>5</sup> <https://vimeo.com/192654881>



Estas buenas prácticas son impulsadas por el Ayuntamiento de Madrid desde el Servicio de Convivencia Intercultural en Barrios gestionado por entidad La Rueda. En este servicio se realizan encuentros comunitarios y trabajos con grupos motores para promover un modelo de convivencia integral, facilitando espacios de encuentro entre ciudadanos y ciudadanas de diferentes orígenes, géneros y grupos de edad; impulsando una colaboración entre la ciudadanía, las asociaciones, grupos, vecinos/as, administración y demás agentes para, a partir de un conocimiento y diagnóstico, se busquen soluciones y emprender acciones comunitarias; acompañando en procesos de interés comunitario, promoviendo o apoyando acciones que dan respuesta a las necesidades manifestadas desde la comunidad; actuando con los barrios en toda su diversidad y caminando hacia procesos comunitarios con sostenibilidad y autonomía para construir colectivamente Barrios Socialmente Responsables.<sup>6</sup>

### Experiencias de intervención con comercio en Zaragoza

En los siguientes epígrafes recogemos una serie de experiencias de intervención con el pequeño comercio impulsadas por el Ayto. de Zaragoza y el Gobierno de Aragón. Son programas con un recorrido temporal diferente, pero todos ellos actualmente en funcionamiento.

#### Plan Integral del Casco Histórico (P.I.C.H.)

El Plan de Comercio del PICH surge debido al creciente declive a lo largo del siglo XX del comercio del Casco Histórico, provocado por el aumento de las grandes superficies en los barrios o de los centros comerciales en la periferia urbana en el pasado siglo. A comienzos del XXI este declive se ve acentuado por el envejecimiento del sector, la competencia del comercio online y la caída del consumo tras la crisis económica de 2008, que ha llevado al cierre a muchos comercios. De este modo, desde el P.I.C.H. se trata de dar un impulso a estos pequeños comercios a través de planes de dinamización del comercio como el actualmente ejecutado por el Ganchillo Social en barrios como San Pablo o Barrio Jesús, que detallaremos en las páginas siguientes.

Las acciones más significativas que se desarrollan actualmente están recogidas en el documento del plan 2013-2020:

- a) Desarrollo de un plan de revitalización comercial en los ejes de San Pablo y Las Armas.
- b) Elaboración de un Plan de Intermediación de alquiler con locales privados cerrados en los ámbitos de San Pablo, las Armas, el Rabal Viejo y Barrio Jesús
- c) Programa de dinamización y fomento del comercio en el Casco Histórico mediante la realización de distintas campañas.
- d) Promoción de alternativas comerciales: implantación de coworking, bolsa de locales de alquiler, cesiones a bajo coste.
- e) Impulso del Proyecto “Casco Histórico Territorio Socialmente Responsable”.
- f) Impulso a la rehabilitación de locales municipales y su puesta a disposición a personas emprendedoras.

---

<sup>6</sup> <http://serviciodeconvivencia.es/quienes-somos/>



## Proyecto “Casco Histórico Territorio Socialmente Responsable”

El proyecto Casco Histórico Socialmente Responsable<sup>7</sup> de Zaragoza consiste en que las entidades participantes conviertan el Casco Histórico de Zaragoza en un lugar donde vivir mejor, crear un negocio o pasear, conocer sus encantos, donde se refuerza el concepto de comunidad, el sentido de pertenencia, de interrelación social y en el que compartir un conjunto de valores. Los agentes involucrados (ciudadanos activos, entidades sociales, comerciantes y empresarios, administraciones públicas y privadas y otros agentes diversos) promueven que este distrito sea comunitario, intercultural, emprendedor y sostenible. Este proyecto está iniciado desde el Proyecto Intervención Comunitaria Intercultural (ICI) de la Obra Social “la Caixa”, gestionado por la Fundación Federico Ozanam e impulsado por el Ayuntamiento de Zaragoza a través del Plan Integral del Casco Histórico (PICH), Zaragoza Activa y demás colaboradores (Fundación Federico Ozanam, 2013, inédito).

Este proyecto nació de la necesidad de revitalizar la parte más simbólica de Zaragoza, siendo un grupo de técnicos de diversas entidades quienes lo impulsaron (PICH, Zaragoza Activa, Ozanam, Cámara de Comercio, Asociación aragonesa de la RSE y la Asociación Las Armas Espacios Creativos). Han creado una propuesta integral de desarrollo social, económico, cultural y medioambiental de esta zona con la idea de transformarlo en un mejor lugar para habitar y convivir, fortalecer la actividad comercial y la identidad de barrio.

Algunas de las actuaciones realizadas son:

- a) Creación de la imagen y marca CHSR, mediante un concurso realizado por Zaragoza Activa.
- b) Expansión del proyecto, a través de congresos, jornadas, encuentros, etc.
- c) Atracción de nuevas incorporaciones al proyecto, al que se han añadido setenta y tres entidades.
- d) Desarrollo de la acción “imagina tu barrio”, dirigida al surgimiento de nuevos proyectos inspirados en las relaciones entre las personas o de éstas con su entorno
- e) Formación orientada a los campos de la Responsabilidad Social, el consumo o el desarrollo del tercer sector mediante cursos, debates y reflexiones.

Uno de sus principales objetivos era concienciar tanto a los profesionales de la administración municipal que trabajan en el territorio como a los vecinos/as y comerciantes sobre qué es la responsabilidad social y qué significa estar en un territorio socialmente responsable, así como poder contar con un técnico que supervisase el desarrollo del plan a tiempo parcial.

## Plan Local de Equipamiento Comercial (PLEC)

Este plan, auspiciado por el Gobierno de Aragón, surgió de la necesidad de adecuar el equipamiento comercial a las necesidades actuales del comercio de proximidad. Ante los resultados del análisis realizado en una fase inicial se vio la necesidad de fomentar el consumo en estos, para impulsar el tejido empresarial que mantiene y genera nuevo empleo de forma equilibrada (PLECZ, 2009).

A través del debate, se fijaron un conjunto de propuestas estratégicas de dinamización aprobadas en este plan:

- a) La creación de un Observatorio Local de Comercio que seleccione la líneas estratégicas del PLECZ
- b) La formación de equipos de trabajo a través de las asociaciones de comerciantes.

---

<sup>7</sup> <http://www.ozanam.es/noticias/212-se-presenta-la-propuesta-casco-historico-socialmente-responsable>

- c) Favorecer una comunicación que favorezca el comercio de proximidad.
- d) Crear una campaña estratégica de comunicación publicitaria que acerque el comercio a los usuarios
- e) Diseñar un calendario estratégico de promociones, mercadillos o ferias
- f) La fidelización del cliente mediante la edición de tarjetas compra

### 5.3. Herramientas y metodología del Trabajo Social Comunitario en comercio y convivencia

Consideramos importante realizar una revisión y análisis de una serie de técnicas y herramientas propias del Trabajo Social Comunitario que hemos utilizado en nuestra investigación como: el Paseo Vecinal, una forma de crear lazos y generar confianza entre los vecinos y los profesionales y un método de conocer el territorio del barrio; el Mapeo Comunitario, que, al igual que el Paseo, es un técnica útil para conocer el territorio y los sitios de interés de su población; el Grupo Motor, una forma de trabajo a través de la cual los implicados en un proyecto pueden crear lazos entre ellos, comunicarse y exponer su ideas, problemas y propuestas, para después conseguir soluciones juntos; y, por último, la Actividad Comunitaria, un modo de que las personas que habitan en el barrio, que hayan participado o no en el desarrollo de un proyecto, conozcan el proceso y puedan sumarse a la participación.

#### 5.3.1. Paseo Vecinal

Un paseo es una técnica que actúa como un corte transversal del barrio, visitando y conociendo los lugares significativos de la temática que se esté tratando, charlando directamente con las personas implicadas, así como poniendo en común las experiencias, inquietudes y pensamientos de los participantes del paseo. Para llevarlo a cabo es necesaria una preparación o diseño previo, identificando qué sitios son idóneos con la temática para realizar una parada, qué personas han de explicarla y convocarla, publicitándola para que los asistentes aporten sus inquietudes, dudas, deseos, etc. y se vaya tejiendo una red entre las personas asistentes y los hechos (Carabancheleando, 2017: 35).

El paseo es una forma de observación urbana, por lo que han de realizarse bajo el enfoque de pregunta-observación para poder conseguir un conocimiento completo del significado, la historia, las claves y los compases de la vida en un barrio. Así como la estructura centro/periferia, las calles principales, parques, etc. Del mismo modo es necesario conocer la historia del barrio, de sus gentes, de sus edificios, su patrimonio y cómo lo perciben sus habitantes (Ferro, 2010: 182-193).

Es interesante alguna experiencia surgida desde los mismos vecinos, como el denominado “Paseo de Jane” en Zaragoza, que desde el año 2010 lleva organizando todos los mayo un recorrido por las calles de un barrio propuesto en el que los vecinos participan aportando su conocimiento, sus recuerdos y su análisis sobre el urbanismo, la vivienda o la memoria colectiva. Este tipo de paseos se enmarca dentro de la iniciativa denominada Jane’s walk, en homenaje al urbanista social Jane Jacobs.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Sitio web: <https://azofra.wordpress.com/2015/03/31/impulsando-el-paseo-de-jane-en-zaragoza/>

[https://elpais.com/elpais/2016/10/27/seres\\_urbanos/1477548000\\_147754.html](https://elpais.com/elpais/2016/10/27/seres_urbanos/1477548000_147754.html).

Una herramienta similar al paseo vecinal es la deriva. La diferencia entre ambos estriba en que el paseo ha de tener un diseño previo del recorrido y la deriva es pasear sin destino fijo. El objetivo sería, por un lado, a través de estas caminatas sin rumbo establecido, ir reconociendo los elementos destacables del barrio, ya sean edificios, acontecimientos, etc. y por otro, crear relaciones con los habitantes para que en posteriores derivas poder conocer el barrio bajo el enfoque de sus ciudadanos, aprendiendo sus percepciones, expresiones, sentimientos hacia sus elementos, calles, peligros. Es decir, estudiándolo desde dentro para percibir el barrio con los ojos de los que lo habitan (Gordo & Serrano, 2008: 75-94).

### 5.3.2. Grupo motor y espacio técnico de relación

A continuación, vamos a tratar de definir qué es un Grupo Motor y un Espacio Técnico de Relación. Ambos son herramientas o instrumentos de trabajo, a través de las cuales se conforma un grupo para trabajar diferentes temáticas en función de los objetivos del proyecto. La diferencia entre ambos grupos se basa en que el Grupo Motor cuenta con los vecinos a la hora de conformarse, ya que se considera que son estos los protagonistas de la intervención, y el Equipo Técnico de Relación conforma su grupo con los diferentes perfiles y agentes profesionales que trabajan para la comunidad.

El grupo motor es una unidad compuesta por vecinos/as, voluntarios/as y técnicos. Su finalidad es poder reunirse de forma continuada para poder trabajar. Estas personas son claves a la hora de obtener información acerca del entorno y los lazos existentes y, al mismo tiempo, centro del proceso, ya que participan de manera activa en sus diferentes fases. A la hora de conformar un grupo motor son útiles las dinámicas de grupo para comenzar a “romper el hielo” y generar confianza. Estos grupos han de estar abiertos a recibir participantes nuevos (Alberich et al., 2009: 17-19).

*Tabla 1. Grupo Motor*

Composición	Características	Participación en el proceso	Compromiso de los participantes	Dinámicas de grupo	Papel de los técnicos externos
Equipo mixto de personas interesadas (vecinos, voluntarios y técnicos)	<p>Grupo en construcción para un trabajo</p> <p>Construcción de identidad grupal para una tarea concreta</p> <p>Es protagonista, pero al servicio del proceso</p>	<p>Fuente de información</p> <p>Autoformación</p> <p>Preparar análisis y diagnóstico</p> <p>Elaboración de Plan de trabajo</p>	<p>Compromiso y responsabilidad con el proceso</p> <p>Mayor probabilidad de implicarse en la acción</p>	<p>Informantes clave</p> <p>Derivas y transectos</p> <p>Grupo nominal</p> <p>Tormenta de ideas</p> <p>Role-playing</p> <p>Mapeos</p> <p>Etc.</p>	<p>Animación</p> <p>Formación</p> <p>Información</p> <p>Orientación</p> <p>Resolución de conflictos</p>

*Fuente: Elaboración propia a través de Alberich et al, 2009*

El Espacio Técnico de Relación es el ambiente donde todos los recursos profesionales implicados directa e indirectamente en la intervención social en el territorio se relacionan.

Las diferentes etapas de un Espacio Técnico de Relación son (Giménez et al., 2015: 84-87):

- a) Intercambio de información y conocimiento mutuo
- b) Constitución de un grupo inicial
- c) Colaboración compartida del conocimiento para la realización del proyecto
- d) Colaboración puntual o estable entre dos o más entidades
- e) Colaboración en la elaboración de la programación
- f) Creación de una estructura para la participación durante el proceso de los recursos técnico-profesionales, con un reconocimiento por parte de las administraciones y entidades.
- g) Protocolos de colaboración entre recursos para la atención integral a demandas, colectivos, etc.
- h) Transversalidad extensa por la colaboración de diversos ámbitos de intervención.
- i) Crecimiento de la “cultura colaborativa y cooperativa”
- j) Aumento de la “cultura participativa”, etc.

### 5.3.3. Mapeo colectivo

Un mapeo colectivo es una herramienta que sirve para tratar temas en una dimensión espacial. Para realizarlo es necesario reunir un número heterogéneo de personas interesadas en el tema para el que se utiliza esta herramienta. Para comenzar a diseñar un mapeo las personas dinamizadoras han de soltar una pregunta abierta que dé pie a que las personas colaboradoras expongan los elementos esenciales que hay que señalar o colocar en el mapa según el tema a tratar. A continuación, después de haberlas anotado, se realiza una señalización geográfica en el mapa de las ideas destacadas. El objetivo del mapeo es poner en común los conocimientos de las personas colaboradoras del tema a tratar, conectar hechos y, lo más importante, identificar ejes temáticos que vertebran la vida del territorio a mapear (Carabancheleando, 2017: 34).

También pueden ser conocidos como cartografías y su finalidad es producir información sobre las estrategias de sostenibilidad de la vida tanto a nivel colectivo como a nivel individual, los procesos sociales y sus protagonistas, llevándolos a lo visual y el espacio (Mogollón & Legarreta, 2015: 6-7).

El mapeo es una práctica de reflexión, en la que el mapa en sí es una herramienta que proporciona el acceso a territorios, ya sean sociales, subjetivos o geográficos, todo ello para desarrollar espacios para la socialización y el debate. Esta herramienta ha de ser un medio, no un fin, ya que ha de ser parte de una estrategia formando parte de un proceso mayor, puesto que el mapeo por sí mismo no transforma (Risier & Ares, 2013).

Del mismo modo puede ser conocido como una monografía comunitaria. Esta tiene el objetivo de contener una información básica y general para tener una visión completa de la realidad comunitaria, para contemplar el presente y programar más eficientemente el futuro. (Giménez et al, 2015: 92)

Ejemplos de temas para realizar un mapeo colectivo podrían ser el señalar las barreras arquitectónicas de las calles e infraestructuras de un barrio, las rutas más rápidas para personas con diversidad funcional, los activos en salud de un barrio, etc.

#### 5.3.4. Actividad comunitaria

La actividad comunitaria es un tipo de intervención de corta duración, ya que su diseño, organización, puesta en práctica y evaluación se realiza en un día, contando con la participación de las personas de la comunidad en todas sus fases (Gimeno & Álamo, 2018).

Una manera de realizar actividades comunitarias son las devoluciones creativas, es decir, el demostrar a la población lo que ha estado sucediendo en su comunidad, hayan participado o no en esas intervenciones comunitarias, a través de estas actividades.

De este modo se puede devolver a la población la información y diagnósticos realizados, mostrar las actividades que se han llevado a cabo, recoger propuestas, problemas y necesidades a través de dinámicas, realizar encuestas, evaluaciones participativas, etc. (Alberich et al., 2009: 47).

#### 5.4. Presentación de la entidad “El Ganchillo Social”

En este apartado vamos a presentar a la entidad El Ganchillo Social, asociación de Trabajo Social Comunitaria con la que realizamos nuestro practicum de intervención y a través de la cual comenzamos a conocer esta nueva forma de trabajar y sus proyectos.

El Ganchillo Social<sup>9</sup> “pensar en acción, tejiendo soluciones”, localizado en el Dovelá Coworking, calle del Coso, 72. Es una asociación sin ánimo de lucro, privada y sin dependencia directa pero que colabora con la Administración Pública (Ayuntamiento de Zaragoza, PICH, ZAC, etc.) y con entidades sin ánimo de lucro (asociaciones de vecinos, asociación de comerciantes, etc.)

Esta entidad surgió hace tres años, impulsada por la idea de que no existe una pieza de unión entre los agentes de la comunidad (la Administración, las entidades sociales y los vecinos/vecinas) y que ese papel debe residir en los trabajadores sociales comunitarios. Consideran que el Trabajo Social Comunitario es una pieza de vital importancia en la comunidad y que debería haber un profesional de este campo en cada barrio proporcionado por la Administración e incluirlos dentro de catálogo de los Servicios Sociales, al igual que los servicios de juventud, infancia, mayores, etc.

El Ganchillo Social comenzó desarrollando pequeños proyectos que financiados por el Ayuntamiento de Zaragoza, dando charlas en la Universidad de Zaragoza y participando en el programa MIE (Mediación-Innovación-Emprendimiento), impulsado por el Ayuntamiento y la Universidad de Zaragoza, que le permitió el convertirse en esa pieza clave entre los vecinos/vecinas, la administración y las entidades del Barrio del Arrabal.

Su ámbito de actuación espacial es Zaragoza, la comunidad al completo, aunque territorialmente sus actuaciones se han circunscrito concretamente a los barrios de San Pablo, Barrio Jesús y Arrabal.

Referente a sus planteamientos ideológicos y filosóficos, desde el Ganchillo Social consideran que su entidad es un proyecto de emprendimiento que nace para complementar el déficit de Trabajo Social que intervenga desde el Nivel Comunitario, esencialmente en instituciones públicas. Apuestan por un hacer

---

<sup>9</sup> <https://elganchillosocial.wordpress.com/>

profesional cuya acción avale y deje evidenciada la actual necesidad de servicios de Intervención Comunitaria desde los Servicios Sociales de cada territorio, así como su indispensabilidad.

Sus objetivos son:

Como objetivo general, ser una pieza de mediación entre población, instituciones y recursos que fomente las dinámicas colaborativas y participativas.

Como objetivos específicos:

- a) Conocer el entorno, mediante un estudio de la realidad
- b) Participar de lo existente, introduciéndose en la dinámica comunitaria
- c) Ofrecer ayuda técnica
- d) Proponer colaboraciones, para impulsar iniciativas existentes
- e) Fomentar la participación entre toda la comunidad

Su forma de trabajar es en asamblea, con la misma voz, es decir, todas las aportaciones son del mismo valor, nadie está por encima de nadie. Con cada proyecto nuevo una persona diferente se encarga de la organización y el control de tiempos, diseño, etc.

Las prestaciones y servicios que ofrecen no son a nivel material, sino herramientas participativas, formación y acción participativa. Los proyectos que han realizado o llevan en marcha son:

- a) ¿Quién es quién? (Proyecto de cuidados)
- b) Plan de desarrollo del comercio de proximidad en el Barrio de Jesús.
- c) Plan de desarrollo del comercio de proximidad en el Barrio de San Pablo.

Los recursos con los que cuentan son a nivel humano con dos trabajadoras sociales y a nivel de infraestructura con su espacio de trabajo en el Coworking Dodela. La financiación de El Ganchillo Social proviene de la participación en los proyectos convocados por la Administración, a los que acceden mediante procesos de concurso público.

## 6. Presentación de datos: RESULTADOS

En este apartado pretendemos hacer pública la información sobre las intervenciones en el campo del Trabajo Social Comunitario en los planes de desarrollo del pequeño comercio de los barrios de San Pablo y Barrio Jesús. Esta información proviene de nuestra participación directa en ambos proyectos a través de nuestras prácticas de intervención del curso 2017/18 de la mano de la entidad El Ganchillo Social.

Los proyectos dos que está gestionando El Ganchillo Social de dinamización con el pequeño comercio, uno el Barrio de San Pablo y Conde Aranda y otro en el Barrio Jesús, se encuentran en diferentes fases de implantación. Nosotros, a través de nuestras prácticas, hemos participado en el diseño del proyecto del Barrio Jesús y en la implantación de ambos. Estos proyectos están diseñados para ser desarrollados en fases con una implantación sucesiva, avanzando de una a otra, pero con la posibilidad de permanecer en dos fases simultáneamente:

- a) Comienzan con la Fase 0, en la que se trata de conocer la zona, realizando un mapeo de los comercios, observaciones urbanas para conocer el perfil de compradores, los horarios, puntos clave, etc.
- b) Una vez terminado el mapeo se pasa a la Fase 1, centrada en escuchar tanto a los vecinos compradores como a los comerciantes. A los vecinos se les escucha a través de entrevistas y encuestas, a los comerciantes a través de las reuniones de grupo motor.
- c) Se continúa con la Fase 2, con el objetivo de “solucionar”, es decir, una vez escuchados en la fase anterior los problemas y necesidades, tanto de los comerciantes como de los vecinos, en las reuniones del grupo motor se proponen ideas y acciones para, en la medida de lo posible, poner solución a esas dificultades.
- d) Por último, se implanta la Fase 3, destinada al seguimiento del proyecto, de las acciones del grupo motor y posibles cambios.

Nosotros a través de nuestras prácticas participamos en el diseño y Fase 0 del proyecto ubicado en El Barrio Jesús y en la Fase 1 y 2 de San Pablo y Conde Aranda.

Tabla 2. Intervención con comercios

Fases	Barrio Jesús	Barrio san pablo
<b>Fase 0</b>	Observación urbana Mapeo de Comercios	Observación urbana Mapeo de comercios
<b>Fase 1</b>	Encuestas y entrevistas Consolidación Grupo Motor	Consolidación de Grupo Motor y arranque
<b>Fase 2</b>		Propuestas de ideas y acciones
<b>Fase 3</b>		Acciones del grupo motor y posibles cambios

Fuente: Elaboración propia

Ambos proyectos tienen un diseño similar, con adaptaciones al contexto en el que se implantan. En primer lugar, hablaremos de la intervención en el barrio Jesús.

## 6.1. Barrio Jesús

### 6.1.1 Fases de la intervención

#### Fase 0

La primera fase comenzó con un trabajo de investigación o contextualización del territorio en el que se iba a intervenir, el Barrio Jesús, realizando un mapa de actores y recursos, una revisión bibliográfica de la situación socioeconómica, demográfica, histórica y asociativa para finalizar realizando una serie de observaciones urbanas.

Este barrio ha contado con mucha industria desde la construcción de la Estación del Norte en 1861, llevando a la acogida de un gran número de trabajadores, construcción de hogares, etc. Con el transcurso de los años este barrio ha ido sufriendo aumentos y disminuciones de producción e industria, hasta llegar a nuestros días.

En cuanto a la situación de los pequeños comercios, hay que tener en cuenta estos aumentos y descensos de producción y población, añadiendo la situación general en la que se encuentran los pequeños comercios, por la llegada de las grandes superficies, el comercio online y la desaparición de oficios y negocios tradicionales.

Siendo conscientes de esta situación, fue la propia Asociación de Vecinos y Vecinas del barrio la que solicitó al Plan Integral del Casco Histórico contar con este Plan de Dinamización del Comercio Local en su barrio.



Del mismo modo se realizó una exploración de las intervenciones previas, conocer desde donde se parte. Descubriendo una serie de acciones realizadas por la Asociación de Vecinos, como visibilizar los comercios en el blog y redes sociales, participar entre la asociación y los comercios para las fiestas del barrio, entre otros. También se realizó una entrevista a la Asociación de Vecinos y Vecinas para que mostraran su punto de vista sobre la situación del comercio, conocer agentes con los que colaborar, etc.

Una vez finalizada la contextualización comenzamos con el diseño del mapeo comercial, con el objetivo de informar sobre el Plan y realizar un censo actualizado del comercio local, así como crear los primeros lazos relacionales. Para ello se dividió el mapa en cinco zonas diferentes, destacando que la Zona 5 no cuenta con ningún negocio o comercio.

**ZONA 1 (morado):** C/ Valle de Zuriza, C/ Marqués de la Cadena, Avenida de Cataluña, Calle Mas de las Matas, Calle Caminos del Norte, Calle Las Chimeneas, Camino las Torrecillas, Calle Gallocanta, Calle Luesia, Calle Bielsa, Calle Azucarera, Calle Jardines Aguilar de Ebro.

**ZONA 2 (azul):** Marqués de la Cadena, Avenida Cataluña, Calle José Oto, Paseo Longares, Calle Aguarón, Andador de Cobos, Calle Mainar.

**ZONA 3 (verde):** Calle Sobrarbe, Paseo de la Ribera, Calle Perdiguera, Avenida de Cataluña, Avenida Puente del Pilar, Calle Cecilio Navarro, Calle Nicolás Funes, Travesía Funes, Calle Puente de Tablas, Calle Jesús, Calle Estación, Calle Santiago Lapuente, Calle Jacinto Corralé, Calle Valimaña, Calle San Lázaro, Calle Norte, Calle Muel.

**ZONA 4 (amarillo):** Calle Asín, Calle Molino de Las Armas, Calle Fuendejalón, Andador de Codos, Calle Mainar, Parque Tosos, Calle Cosuenda, Avenida Puente del Pilar, Calle Pedro Arnal Cervero, Camino El Vado, Travesía Vado, Pje. El Vado, Calle Pilar Gascón, Calle La Habana, Calle Mediodía, Calle Lourdes, Calle Alfonso Solans Serrano, Andador María de Huerva, Paseo de la Ribera, Calle San Juan de la Luz, Calle Rambla, Calle Paniza, Calle Calixto Ariño, Jardines Cadrete.

**ZONA 5 (gris):** Calle Marqués de la Cadena, Calle Consuenda, Camino Vado Segunda, Camino Vado Primera, Calle Enriqueta Castejón, Paseo de la Ribera, Calle Concepción Contel Barea

*Fuente: El Ganchillo Social*

La rutas para mapear los comercios se establecieron de modo que al pasar por los comercios no se interfiriera en su trabajo, pero al mismo tiempo sin dejar al margen ningún comercio por diferencia horaria, por lo que se programaron diez jornadas de trabajo de campo, a las que se les añadieron cuatro más para poder visitar comercios que no contaban con amplia disponibilidad horaria. Todas las visitas se realizaron por dos trabajadoras sociales y dos alumnos en prácticas.

Para recoger la información de los negocios y crear un censo de comercios se utilizó la herramienta Google Forms, aplicación gratuita de Google que vuelca automáticamente los datos recogidos en un documento Excel. Los datos que se recogían eran relativos al nombre del comercio, localización, antigüedad, horario, tipo de comercio, el consentimiento a la LOPD, teléfono, email, comentarios y otra información relevante (Anexo 3).

Los objetivos de esta fase de mapeo no estaban centrados únicamente en recoger información para el censo, sino que a su vez tenían una función de trasladar información a los comerciantes mediante la entrega de un folleto para explicar el Plan e iniciar una relación con los comerciantes, mostrando nuestra disposición de escucha y observación. Del mismo modo, al ser una interacción directa con los comerciantes, se comienzan a generar las primeras propuestas, a expresar las preocupaciones, problemas y necesidades que recogemos en nuestro cuaderno de campo. Sirve también para captar la predisposición de los comerciantes para implicarse en el Plan y como posibles miembros del Grupo motor.

En cuanto a la información extra recogida durante el mapeado, puede estructurarse en tres líneas: preocupaciones, sugerencias y disposición a la participación. En cuanto a las preocupaciones, se manifiestan algunas como zonas en las que hay poco volumen de negocio, el auge de las grandes superficies frente al pequeño comercio, el desconocimiento entre comerciantes, etc. Las sugerencias lanzadas van dirigidas a cómo realizar actividades para visibilizar el comercio, implicar a las administraciones públicas en el apoyo al pequeño comercio o crear una asociación. Y por último, la predisposición inicial a implicarse y a participar en este proyecto.

Una vez finalizado el mapeado se llevó a cabo la primera sesión informativa, en la que se comienza a conformar el grupo motor. Esta primera sesión está orientada a mostrar a los interesados, comerciantes y otros actores del barrio, las características de el Plan de Dinamización del Comercio Local del Barrio Jesús, así como a explicar que este es un Plan que apuesta por una metodología participativa y el papel técnico de las trabajadoras sociales, engranaje profesional a disposición de la comunidad para entre todos impulsar la vida comercial, cumpliendo un rol de acompañamiento, impulso y promoción, no de imposición o liderazgo.

Con la finalización de esta fase se procede a realizar la evaluación. Desde la entidad del Ganchillo Social se considera que la evaluación en este punto de la evaluación no puede contemplarse en términos de impacto, ya que es un estadio de iniciación previo a cualquier intervención transformativa. Esta evaluación se realizó comprobando el cumplimiento de los objetivos previamente propuestos, siendo como objetivo general el conocer el entorno y los comercios del Barrio Jesús y como objetivos específicos, elaborar un pequeño censo del comercio del barrio Jesús y presentar la iniciativa de este Plan a los comercios y crear un grupo motor.

En cuanto al primer objetivo específico, consideran que surgió como una necesidad, ya que no existía ningún tipo de censo que recogiera los comercios activos de la zona. El indicador para comprobar el cumplimiento de este objetivo es el número de comercios censados, siendo 252 el número de comercios censados y mapeados, por lo que concluyen que dan por cumplido este objetivo.

El objetivo de presentar el plan a los comercios se ha llevado a cabo a través de la entrega de un folleto informativo al mismo tiempo que se realizaba el censo de comercios en el mapeado. Evalúan que este objetivo se ha cumplido parcialmente, ya que se han entregado 180 folletos, una cantidad inferior al número de comercios existentes, el motivo de este hecho es que no se ha conseguido interaccionar con el número total de comercios, aunque consideran que aumentar las jornadas de mapeo para alcanzar un mayor número hubiera retrasado la continuidad del Plan. En cuanto a la sesión informativa, contaron con la presencia de dieciocho asistentes, por lo que valoran como acertada la elección del horario.

Por último, el objetivo de crear un grupo motor tiene un carácter transversal entre la Fase 0 y la Fase 1, por lo que no es tomada en cuenta de forma relevante en la evaluación de esta etapa, pero sí en las posteriores. Destacan, no obstante, que en torno a diecinueve comercios muestran una gran disposición a colaborar y participar activamente en el Plan.

Concluyen considerando satisfactoriamente el grado de cumplimiento de sus objetivos específicos y dan por conseguido el objetivo general de esta fase (El Ganchillo Social, 2018, inédito).

### 6.1.2. Paseo Vecinal en el Barrio Jesús

Una herramienta utilizada en esta fase inicial fue el paseo vecinal. La acción no se realizó concretamente en el barrio Jesús, pero si en mismo distrito que dicho barrio, en el distrito del Rabal. En este caso fue el paseo vecinal con los chicos de 5º y 6º de primaria del colegio Cándido Domingo. Realizamos el paseo por diferentes parques y zonas del barrio hasta adentrarnos en “el Mercado del Rabal”, uno de los mercados más antiguos de la ciudad, con hasta treinta y un puestos disponibles y solamente cinco abiertos, lo que muestra el declive de este comercio tradicional. En el mercado realizamos una actividad para que el alumnado del colegio se sintieran partícipes en el proceso de mejora del barrio. La actividad fue la siguiente: en grupos de cuatro personas los alumnos/as debían realizar un dibujo de cómo mejorarían la situación de algunos de los parques visitados anteriormente en el paseo. (Ej. construir fuentes de agua, porterías de fútbol, etc...). Estos diseños serían expuestos en el mercado durante dos semanas con el objetivo de que los familiares y amigos/as de los niños/as se acercaran al mercado con el aliciente de ver el diseño de mejoras creados por alumnos/as del colegio.

El objetivo tanto de la visita al mercado como de la actividad expuesta es el de dar a conocer el mercado no solo a los niños/as, sino también a sus redes cercanas.

*Ilustración 18. Paseo vecinal por el Mercado del Arrabal*



*Fuente El Ganchillo Social*

*Ilustración 19. Paseo vecinal por el parque del Arrabal*



*Fuente: El Ganchillo Social*

### 6.1.3. Actividad Comunitaria: Día del Rabal

En el barrio Jesús no se realizó ninguna actividad comunitaria dedicada explícitamente a comercio, pero si se realizó el “Día del Rabal”, en el que aquellas asociaciones pertenecientes al barrio y que deseaban participar en este acto podían hacerlo de forma gratuita, estableciendo un espacio para cada asociación y con actividades adicionales que pueden atraer gente (concierto de la banda de música del barrio, espectáculos de magia, etc.)

El espacio destinado fue la explanada de la Azucarera, realizando un taller de manualidades días anteriores para decorar el acto, estos talleres son Los Hacedores del Rabal, una actividad del Ganchillo Social, que consiste en dedicar una tarde a lo que la comunidad quiere, ya sea reparar muebles, realizar sillas con pallets, aprender a coser, etc. El término de Hacedores del Rabal es un juego de palabras con un doble significado. Por una parte muestra la actividad manual y material que se lleva a cabo en estos talleres y por otra el objetivo que tienen de ir forjando una comunidad que integre a los vecinos, tanto a los tradicionales de la zona como a los recién incorporados, en una comunidad que vaya forjando su identidad.

El número de asociaciones participantes en la actividad fueron alrededor de veinte, además de los técnicos del ayuntamiento presentes y las personas participantes en las actividades (la banda de música, espectáculo de magia, etc.).

El cálculo de individuos asistentes se realizó haciendo una estimación de público recién incorporado cada hora. En la memoria de la actividad se calcularon unos cuatrocientos asistentes sin incluir a los participantes. El perfil más destacado era el de familias jóvenes con hijos, posiblemente vecinos de las áreas de reciente urbanización en el barrio, lo que consideramos una vocación de los recién llegados para conocer el barrio e identificarse con la comunidad.



Ilustración 20. Taller Hacedores del Rabal



Fuente: El Ganchillo Social

Ilustración 21. Cartel Día del Rabal



Fuente: El Ganchillo Social



*Ilustración 22. Día del Rabal*



*Fuente: El ganchillo Social.*

## 6.2. Barrio San Pablo

En el barrio de San Pablo la acción está más avanzada que en el barrio Jesús, por lo tanto, su estudio ha podido ser más exhaustivo, tanto en el trabajo que se ha realizado como en el análisis los resultados obtenidos hasta el momento.

### 6.2.1. Fases en el barrio San Pablo:

#### Fase 0

Al igual que sucede con el barrio Jesús, esta fase consiste en el conocimiento del barrio, de la gente que vive en él y en particular de los comercios y comerciantes del barrio. En el momento en el que nosotros iniciamos nuestras prácticas en el Ganchillo Social esta fase ya había sido desarrollada. El trabajo de escucha del barrio se desarrolló con el fin de conocer mejor el lugar donde se iba a trabajar y cuál es la problemática y los retos que alcanzar a través de encuestas y entrevistas.

En esta fase de toma de contacto con los comercios se estableció un mapa de ruta para informar a cada comercio de la elaboración del proyecto que se estaba llevando a cabo en el barrio y, posteriormente, se les informaba de que iba a celebrarse una reunión en la que aquellos comerciantes que estuvieran interesados podían asistir y esta reunión estaría dirigida a la formación de un grupo motor que iba a trabajar para la dinamización del comercio del barrio. Con la intención de que pudiera asistir el mayor número de gente posible se establecieron dos horarios; 8.30 a 9.30 y de 21.00 a 22.00.

La primera reunión consistió en una introducción dirigida por el Ganchillo Social hacía los comercios, informando de cuál es la labor que se va a llevar a cabo en el barrio y también de las personas comerciantes que habían acudido a dicha reunión. Después de la presentación de todos los tenderos participantes en la reunión se dio paso a analizar cuáles eran los principales problemas y obstáculos que se encontraban en su día a día como comerciantes del barrio.

Esta fase se evaluó a través de una revisión del cumplimiento de los objetivos propuestos durante el diseño de la intervención, así como del modo a través del cual se han cumplido, para realizar una evaluación de su eficacia. Durante esta fase no realizaron evaluación de impacto, ya que consideraban que nos encontrábamos un estadio muy reciente para intervenciones transformadoras. Su objetivo general en esta fase era conocer el entorno del comercio de la zona y los objetivos específicos eran crear un censo de los comercios, presentar la iniciativa de este plan y crear un grupo motor.

Los indicadores que utilizaron para comprobar el cumplimiento de estos objetivos son:

- a) El número de comercios censados antes y después de la intervención de El Ganchillo Social, siendo 0 en el momento de inicio y 322 al finalizar el mapeado de comercios.
- b) El número de folletos con la información sobre el plan entregados en los comercios, siendo al inicio 0 y 200 al finalizar, así como las respuestas a un email con información del plan enviado a los comercios registrados en el mapeo, siendo 155 los emails enviados y 42 los que recibieron respuesta.
- c) El número de participantes de la primera reunión informativa, siendo 14 el número de comerciantes que acudieron.

Concluyen la evaluación destacando que percibieron que 26 comercios mostraban predisposición a participar activamente en el plan, con lo que consideran cumplidos los objetivos propuestos (El Ganchillo Social, 2017, inédito).

## Fase 1

La segunda reunión entre El Ganchillo Social y los comerciantes del barrio fue realizada aproximadamente tres semanas después de la primera y a distinto horario, entre las 21:30 y las 22:30. A esta segunda reunión no solamente asistieron casi todos los participantes que habían asistido a la primera, sino que también se integraron nuevos miembros que no habían podido acudir a la cita anterior o que les había llegado información sobre esta y estaban interesados en participar. En esta segunda reunión, la presentación fue mucho más corta y el papel de las profesionales del Ganchillo Social mucho menor, ya que fueron los miembros del grupo motor los que se encargaron de proponer medidas para poder dinamizar el comercio en todos los establecimientos del barrio, es decir la acción propuesta por el grupo motor no es solamente la de mejorar los comercios de aquellos comerciantes que acuden a las reuniones, sino el de todos los comercios del barrio.

En la tercera reunión el número de personas que integraron el grupo motor todavía aumentó. La sesión consistió en analizar las propuestas que hasta ahora se había llevado a cabo y tratar de establecer nuevos retos de cara al futuro.

El planteamiento de la acción de esta fase se centra en dos ejes: en la escucha de necesidades y la realización de acciones de dinamización de los pequeños comercios.

- **Escucha de necesidades:** para conocer las diferentes realidades que coexisten en el barrio y analizar sus problemas y fortalezas es necesario conocer la opinión de la gente del distrito. Por ello se realizaron encuestas tanto en formato físico, distribuidas juntos a los buzones de varias tiendas, como vía online (Anexo 4). Además de las encuestas se realizaron entrevistas semiestructuradas con el siguiente guion: ¿Qué tipo de relación tienes con el Barrio del Gancho?; Desde tu punto de vista, ¿cuál crees que es la situación del comercio del barrio?; ¿Qué ideas se te ocurren para apoyar y mejorar el pequeño comercio? (Anexo 5)

Algunos de los resultados y conclusiones que pudimos obtener en dichas encuestas y entrevistas fueron las siguientes:

La dura competencia que las grandes superficies hacen a los pequeños comercios de barrio es uno de los grandes problemas a los que nos enfrentamos en este proceso rehabilitación del comercio de barrio, como afirma una persona entrevistada:- “Ahora ya no interesan tanto las relaciones personales, lo que interesa es comprar rápido y todo en un sitio, no tenemos tiempo para invertir en los lazos relacionales”.

El sentimiento de sentirse afortunados por tener un barrio muy rico en culturas y que eso se refleje en el comercio, como algo positivo, porque te permite romper muchas barreras culturales y prejuicios. Destacamos en las entrevistas que todas las personas entrevistadas están concienciadas en comprar en el pequeño comercio, señalando la relación entre los comercios y los cuidados y la salud comunitaria. Dicen de los pequeños comercios: “Te cuidan y te sientes protegida”; “Mando a

mi hijo pequeño solo al Berna sin dinero ni nada, y él le fía”. Eso es confianza y cuidados comunitarios del comercio hacia el vecindario y la comunidad.

Otro vecino afirmaba en una de las entrevistas que “necesitamos hacer del barrio una zona segura, agradable donde los/as vecinos/as podamos pasear sin problemas, usar la calle. Pero cuidando que no se nos gentrifique, como ha pasado en los cascos históricos muchas otras ciudades en las que he vivido. Mejorar el barrio sin capitalismo”.

**Desarrollo de la acción:** aunque inicialmente no estaba previsto desarrollar tantas acciones en esta fase como luego se han llevado a cabo, el ímpetu y las ganas de trabajar de los comercios que forman el grupo motor de pequeños comercios del barrio han hecho que se desarrollen varias iniciativas creadas en las tres reuniones de trabajo realizadas en esta fase.

*Ilustración 23. Cartel para la constitución del Grupo Motor*



**Zaragoza**  
AYUNTAMIENTO

*Fuente: El Ganchillo Social*



Las propuestas surgidas en estas reuniones y que se están llevando a cabo son:

- **Bolsa de tela del pequeño comercio del Gancho:** la finalidad es crear una marca, un sentimiento de comunidad y una mayor integración entre comerciantes y entre estos y los clientes.

*Ilustración 24. Bolsas del Pequeño Comercio del Gancho*



*Fuente: El Ganchillo Social*

- **Jornadas de comercios abiertos:** realización de actividades en aquellos comercios del barrio que desearan hacerlo, con el fin de mostrar los comercios, visibilizar la presencia y actividad del plan de comercio y concienciar a la gente sobre las posibilidades que ofrecen estas tiendas del propio barrio.
- **Paseos del Pequeño Comercio:** estos paseos son abiertos y tienen como objetivo dar a conocer sus historias, probar sus productos y ver sus establecimientos para poder fortalecer las conexiones entre vecinos y vecinas.

En cuanto a la evaluación de la Fase 1, el Ganchillo Social ha optado por un enfoque cualitativo de los objetivos, tanto generales como específicos, propuestos en el diseño. El objetivo general de esta fase era profundizar en el conocimiento del pequeño comercio del barrio del Gancho y cómo el vecindario interactúa con él. Los objetivos específicos eran recopilar necesidades del vecindario y de los comercios del Gancho, consolidar el grupo motor de comercios del Gancho y realizar pequeñas acciones basadas en las demandas recogidas.

Realizaron la comprobación del grado de cumplimiento sobre los niveles de muy bajo, bajo, medio, alto y muy alto. El primer objetivo específico lo calificaron como muy bajo, ya que se centraron más en la acción que en la realización de encuestas y actos de escucha, posponiéndolo para otra fase. El segundo objetivo específico lo calificaron como alto, dado que el grupo cuenta con diecisiete personas que participan activamente e impulsan la acción. El último objetivo específico lo calificaron como muy alto, puesto que se han realizado más acciones de las inicialmente previstas, con una gran implicación por parte de los comercios, los vecinos y todo el barrio. Concluyen que no se han cumplido todos los objetivos, pero que el resultado final es bastante positivo y apelan a continuar con el plan (El Ganchillo Social, 2018, inédito).

### 6.2.2. Paseo Vecinal por el pequeño comercio del Gancho

En el caso del barrio de San Pablo o barrio del Gancho también se han desarrollado los paseos vecinales como herramienta propia del trabajo social que nos ayuda a llevar a cabo este proceso. En el caso del Gancho, el paseo vecinal desarrollado estuvo centrado en “día de puertas abiertas”. Este paseo consistió en la visita a los establecimientos del barrio de aquellas vecinas/os que desearan acudir, con el objetivo de dar a conocer los comercios del barrio, no solo los del grupo motor, sino también aquellos que no podían asistir a las reuniones o que todavía no se habían animado a participar de forma muy activa.

Los paseos se articularon en torno a dos días diferentes (lunes y jueves), calles distintas (Santa Lucía - Santa Inés y Conde de Aranda) y horarios diferentes (12 y 18 horas) con el fin de posibilitar la mayor participación posible.

Ilustración 25. Cartel Paseo comercios



Fuente: El Ganchillo Social

### 6.2.3 Actividad Comunitaria: Jornada de Puertas Abiertas

En el caso del Gancho sí se han realizado actividades comunitarias que pueden analizarse, como por ejemplo la “Jornada de Puertas Abiertas”. Esta jornada fue propuesta por los miembros del grupo motor. La jornada de puertas abiertas se desarrolla con la intención de dar a conocer los comercios del barrio a todos los vecinos a través del desarrollo de alguna actividad en este comercio. Las actividades consisten en juegos, aperitivos, degustaciones, etc. Estas actividades lo que permiten es que los vecinos conozcan las tiendas y a los tenderos del barrio.

Se han realizado cinco jornadas en comercios tan diversos como un herbolario, una farmacia, una peluquería, una tienda de instrumentos o una tienda de productos japoneses.



Ilustración 26. Cartel Comercio y Jornada Puertas abiertas

DOMINGO 18 DE MARZO  
- CALLE SAN PABLO, 57. ZARAGOZA -

I JORNADA  
"CONOCE EL PEQUEÑO  
COMERCIO DEL GANCHO"



VEN AL HERBOLARIO  
DE SAN PABLO

TE INVITAMOS A UNA CATA DE  
ACEITES ESENCIALES Y UN PICOTEO  
ECOLÓGICO A LAS 13H

ORGANIZADO POR EL PLAN DE DINAMIZACIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO  
DEL CASCO HISTÓRICO (CON EL GRUPO MOTOR)

 EL GANCHILLO SOCIAL

Fuente: El Ganchillo Social

## 7. Análisis:

En este proyecto de investigación hemos realizado un estudio de la entidad “El Ganchillo Social” y de sus procesos de dinamización del comercio de barrio en los El Gancho y Barrio Jesús de Zaragoza, así como de los programas, técnicas empleadas y otros procesos desarrollados en otros lugares de España como Madrid, Barcelona o Logroño.

Antes de empezar el análisis debemos contemplar la singularidad de estos proyectos, que condiciona la dificultad de la evaluación.

En primer lugar, la dificultad para establecer escalas en valores fundamentalmente subjetivos. El análisis de los resultados ha de ser cualitativo y no cuantitativo, ya que los parámetros que tratamos de estudiar, tales como la cohesión social o la felicidad de los vecinos, tienen un componente esencialmente subjetivo, que los convierte en difícilmente cuantificables. No obstante, empleamos elementos cuantificadores, como el número de asistentes a los grupos motor de las intervenciones, que nos ayudan a valorar el progreso en la participación e integración vecinal.

Otra de las singularidades es el carácter inconcluso del proceso y su estadio en fase de implantación. La mayor parte de nuestro estudio está basado en la acción realizada por el Ganchillo Social en los barrios de San Pablo y Barrio Jesús. Estos procesos se encuentran en fases de realización y todavía no han llegado a la fase de evaluación, de modo que hemos tenido que servirnos de otras experiencias en distintas ciudades para demostrar si son eficaces este tipo de procesos comunitarios.

Y por último, el carácter prolongado en el tiempo de los cambios sociales para obtener resultados de estos procesos. Los procesos, por definición, suponen una transformación que evoluciona en el largo plazo, carecen de fecha de finalización y su impacto en la sociedad puede durar lustros.

Con estas particularidades hemos realizado un análisis de los objetivos específicos anteriormente propuestos.

El objetivo principal es “analizar experiencias de intervención comunitaria sobre el pequeño comercio”. Hemos realizado un estudio amplio estudio de la intervención comunitaria llevada a cabo en el Barrio Jesús y Gancho por el Ganchillo social. Para una correcta investigación hemos recopilado la mayor parte de información de nuestra propia memoria de prácticas, además de una entrevista con los miembros de la entidad y la revisión de otras experiencias en España.

En el barrio del Gancho o San Pablo el proceso de implantación de este proyecto está más avanzado que en el Barrio Jesús, por lo tanto, hemos podido recabar más información sobre el proceso que se está llevando a cabo con el pequeño comercio local.

Dentro de este objetivo principal se encuentran tres objetivos específicos:

El primero de ellos es explorar estrategias para medir el impacto de estas intervenciones en la cohesión de los barrios. Como indicábamos en las singularidades de estos procesos, el concepto de cohesión social tiene un componente difícilmente cuantificable, el proyecto está en fase de implantación y el impacto de los procesos en la cohesión social se materializa en el largo plazo.

No obstante, consideramos que se pueden definir indicadores adecuados para medir el progreso en la cohesión social, como el número de comerciantes que participan en el grupo motor, el de comercios

implicados en las actividades comunitarias, el de vecinos asistentes a los paseos vecinales, el de asociados en las entidades asociativas o las valoraciones realizadas en las entrevistas.

Estos indicadores lo son sobre una acción continua y se van evaluando a lo largo del proceso. Uno de los indicadores más claros del progreso de cohesión social en los barrios intervenidos es el número de miembros participantes en las reuniones del Grupo Motor. En el barrio del Gancho se pasó de doce comerciantes en la reunión inicial a dieciséis en la última, sin haberse producido ninguna baja entre ellas y aumentando la participación y la recogida de demandas y propuestas de acciones. En la evaluación realizada por el Ganchillo Social se valoró como ALTO (en una escala de muy bajo, bajo, alto, muy alto) el nivel de consecución del objetivo de establecer un grupo motor con participantes activos.

El segundo de los indicadores que podemos observar en el desarrollo de la acción del barrio del Gancho es el nivel de implicación de los comercios en las actividades comunitarias, el número de establecimientos que se muestran dispuestos a participar en acciones como las Jornadas de Comercios Abiertos del Gancho o el de establecimientos que acceden a mostrar cartelera de los eventos y se interesan por ella. La memoria del Ganchillo Social valoraba como muy positiva esta implicación y destacaba, no solo la participación en las jornadas, sino el que los tenderos actuasen como divulgadores a través del boca a boca o de las redes sociales de los eventos.

El tercer de los indicadores es la participación en los paseos vecinales, que nos muestra el interés del vecindario por la comunidad. No solo por conocerla, sino por compartir conocimientos, tejer lazos de relación y sentirse miembros de la comunidad que puebla un territorio. En ese sentido, la memoria del Ganchillo Social sobre los paseos vecinales también valora de modo muy satisfactorio la participación conseguida.

El cuarto de los indicadores es el fortalecimiento del tejido asociativo en el barrio, tanto en el número de asociaciones, como en de socios o el de actividades que realizan. Las asociaciones de todo tipo, desde las de tipo recreativo a las gremiales o sociales son una muestra del grado de implicación e interrelación entre vecinos unidos por unos mismos intereses y que establecen unas normas respetadas por todos. El Ganchillo Social nos muestra cómo, desde que se implantó su proyecto en el barrio del Gancho, las dos asociaciones de comerciantes que estaban aletargadas en la zona han recuperado vitalidad y aumentado el número de asociados, lo que consideramos también un indicador del fortalecimiento de la cohesión social.

Y finalmente, el último de los indicadores son las entrevistas realizadas tanto a comerciantes como a vecinos. Las entrevistas nos dan una perspectiva más amplia que nos permite recoger las demandas colectivas que también unen al barrio y percibir el sentimiento de pertenencia a una comunidad y el compromiso con esta.

Nuestro segundo objetivo específico era examinar el papel social que tiene el pequeño comercio en la creación de vínculos y redes con y entre los vecinos. Consideramos que esta creación de vínculos sociales es incuestionable, multiforme e implica a toda la comunidad: comerciantes, vecinos, entidades y administraciones.

Para empezar se crea un vínculo entre los comerciantes, sobre todo entre los comerciantes que componen el grupo motor, porque son ellos los que en las reuniones, a través de sus ideas y consenso, llevan a cabo las ideas propuestas en forma de acciones. Además se establece una red de ayuda entre los propios comerciantes del grupo motor al compartir intereses y un compromiso común.

También se crea un vínculo entre comerciantes y otras entidades como las asociaciones vecinales, centros educativos de la zona o asociaciones de comerciantes, favorecido por el papel de las trabajadoras sociales comunitarias que actúan como nexo aglutinador en proyectos comunes participados por varias

entidades. Ejemplos son el paseo escolar por el Mercado del Arrabal o los paseos por el pequeño comercio del Gancho.

Uno de los vínculos más demandados por los comerciantes es el que los relaciona con las administraciones públicas, por el interés que tienen los primeros en trasladarle sus puntos de vista y reivindicaciones a los ayuntamientos o comunidades autónomas y el de recibir el respaldo de las administraciones a su sector. En este sentido el papel de los profesionales del trabajo social comunitario es bien acogido entre ambos polos, por cuanto los comerciantes consideran a los/as trabajadores/as sociales son unos facilitadores de sus demandas ante la administración pública y esta los considera un instrumento muy útil para mantener un contacto directo con los comerciantes y el resto de la comunidad a la hora de desarrollar sus políticas.

Y por último, el vínculo que se crea entre comerciantes y vecinos y entre los propios vecinos en el comercio. Este es el fin principal de las acciones realizadas para la dinamización del comercio de barrio. Los vínculos traspasan la mera relación económica y los comercios se convierten en nodos de interrelación social. En este sentido, las actividades sobre Comercios Abiertos llevadas a cabo en el barrio de San Pablo deseaban mostrar al comercio, no tanto como un simple expendedor de bienes o servicios, sino como un espacio humanizado regentado por personas cercanas, abiertas y receptivas no solo al cliente sino a la comunidad, donde los vecinos tienen un punto de encuentro.

El último de los objetivos específicos era identificar el papel que realizan los trabajadores sociales en acciones comunitarias con comercios. Los Trabajadores Sociales Comunitarios tienen un papel definitorio en los planes sobre el pequeño comercio local. Su perspectiva social debe estar presente en el análisis previo del territorio de trabajo, superando el análisis meramente de la problemática de los comercios, para incorporar una visión más amplia que muestre las necesidades de toda la comunidad y el comercio como una vía para mejorarla. Los Trabajadores Sociales deben estar, por lo tanto, en el diseño de los proyectos.

Pero deben estar también en su implantación y dinamización, a través del contacto personal con todos los elementos de la comunidad que participan de estos proyectos para que puedan ser presentados y puestos en valor y mediante la organización de reuniones, con el objetivo de que la comunidad sea capaz de definir sus demandas y proponer iniciativas. En este sentido, el liderazgo del trabajador social no se haya en la toma de decisiones o en la ejecución de las propuestas, sino en la coordinación que posibilita encuentros y herramientas a la población para poder llevarlas a cabo.

Su labor debe centrarse también en la de convertirse en nexo de unión entre los recursos públicos, voluntarios y privados que conforman una comunidad, para favorecer vías de colaboración. Del mismo modo, el de convertirse en el intermediador entre la comunidad y las administraciones públicas en una doble dirección: no solo como recurso humano de los ayuntamientos para implantar sus políticas sociales, sino como ayuda a los comerciantes y al resto de la comunidad para hacer llegar a las administraciones sus aspiraciones y demandas.

Finalmente, deben ser los profesionales que puedan hacer un seguimiento de la evolución del proyecto y que lo evalúen de un modo continuado a lo largo de su desarrollo para modificar y mejorar estrategias e incorporar de un modo constante nuevos agentes al proceso. En el largo plazo, serán quienes hagan una memoria las acciones emprendidas, la participación y los objetivos alcanzados, de modo que sirva para valorar el impacto de un proceso y su posibilidad de exportar la experiencia a otros espacios de la ciudad.

## 8. Conclusiones y propuestas

Las conclusiones de este apartado intentan dar respuesta a los objetivos específicos planteados inicialmente. Estas conclusiones ya han sido esbozadas en el análisis del apartado anterior, pero consideramos que nuestra labor en este trabajo, no sólo reside en señalar las características existentes, sino también en la de formular propuestas.

Respecto a nuestro primer objetivo específico, explorar estrategias para medir el impacto de las intervenciones en el pequeño comercio en la cohesión de los barrios, ya hemos señalado reiteradamente las dificultades citadas para fijar herramientas que muestren el grado de cohesión social conseguido por las acciones emprendidas en el pequeño comercio y hemos valorado positivamente cómo la asistencia de comerciantes a los grupos motores, la implicación de comercios en la actividades comunitarias, la participación vecinal en los paseos, el fortalecimiento del tejido asociativo o las entrevistas se convierten en herramientas que nos permiten medir este impacto.

No obstante, creemos que ese impacto social debe estar vinculado a unos criterios definitorios de la cohesión social. Para ello consideramos que los fijados por Marchioni son los más adecuados: conciencia de pertenencia a una comunidad, prevalencia del interés común, aceptación de normas comunes, vínculos positivos entre sus miembros, existencia de entidades activas, equidad y regulación de la conflictividad (Marchioni et al., 2015)

En la tabla inferior vemos como cada una de los elementos utilizados para evaluar se puede adecuar a uno o varios criterios.

*Tabla 3. Relación entre herramientas de evaluación y criterios de cohesión social*

	Participación Grupo Motor	Comercios en Actividades Comunitarias	Participación Paseos Vecinales	Fortalecimiento Tejido Asociativo	Entrevistas
Conciencia de pertenencia a una comunidad	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
Prevalencia del interés común	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
Aceptación de normas comunes	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
Vínculos positivos entre sus miembros	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
Existencia de entidades activas	SÍ		SÍ	SÍ	
Regulación de la conflictividad	SÍ			SÍ	SÍ

Al no encontrarse en una fase de evaluación final los procesos iniciados en San Pablo y el Barrio Jesús nos resulta difícil señalar tanto el impacto en la sociedad de estos procesos como las estrategias utilizadas para la evaluación. Nuestra propuesta para las siguientes fases pasaría por la recogida de la percepción de los propios vecinos y comerciantes sobre el impacto en su comunidad de estos procesos mediante encuestas y/o entrevistas abiertas a los comerciantes del barrio, colaboradores o no del proyecto, y a un grupo amplio y diverso de vecinos. La evaluación ciudadana sobre el funcionamiento de un proceso nos permite recoger un punto de vista amplio, donde los vecinos pueden ejercer su análisis crítico. Esta evaluación se convierte, además, en una nueva estrategia de cohesión social en la que los participantes se manifiestan como parte de una comunidad, para la que formulan unas expectativas, quejas o recomendaciones.

Las conclusiones sobre el segundo objetivo, examinar el papel social que tiene el pequeño comercio en la creación de vínculos y redes con y entre los vecinos, también las hemos trazado en el apartado anterior en

el que afirmábamos que, no solamente formaba redes de vínculos multiformes que se extendían a toda la comunidad (comerciantes, vecinos, asociaciones, recursos y administración), sino que los comercios se convertían en lugar de encuentro, contacto e interrelación dentro de la comunidad.

En este sentido, tenemos que señalar que el pequeño comercio se convierte en una extensa red de espacios articulada de modo informal que se extiende por todo el territorio del barrio. Son los espacios públicos más próximos y habituales de los vecinos y donde se establecen relaciones sociales con/en ellos.

Como hemos podido comprobar en la fase 1 de dinamización del comercio del barrio del Gancho, el Trabajo Social Comunitario crea vínculos y redes de ayuda. Crea redes de cooperación entre los comerciantes, porque se integran en proyectos comunes para resolver problemáticas comunes. O crea conciencia de comunidad cuando diseñan un sello propio del comercio del Gancho que plasman en sus bolsas.

Entre los comercios y la administración también se crea un importante vínculo por dos motivos. El primero, los comercios que colaboran entre sí tienen más posibilidades de hacer oír su voz que si lo hacen de manera autónoma. El segundo es que los Trabajadores Sociales Comunitarios se convierten en facilitadores que hacen que la comunicación entre comerciantes y administraciones sea continua y recíproca.

Y por último el papel que juega el comercio en la relación entre comerciantes y entre las vecinas/os es fundamental. El conocimiento personal humaniza las relaciones, mejora la confianza, la solidaridad y el sentimiento de seguridad. Como dice una de las vecinas entrevistadas por el Ganchillo Social “el comercio de barrio te cuida, te sientes protegida”.

Como propuesta de acción para extender vínculos consideramos interesante una acción comunitaria similar a la llevada a cabo en el Día del Rabal con asociaciones, pero esta vez una jornada festiva en la que comercios puedan compartir un espacio con asociaciones o recursos sociales de la administración que facilite su visibilidad y la creación de vínculos y redes entre ellos y con los vecinos.

El tercer objetivo es identificar el papel que realizan los Trabajadores Sociales en acciones comunitarias con comercios. Hemos comprobado en el análisis, como el Trabajador Social Comunitario hace una labor fundamental de engranaje que une y pone en marcha a todos los agentes que forman una comunidad. Es el encargado del análisis previo de una comunidad y de diseñar las herramientas de implantación de proyectos, estrategias de seguimiento de la acción y elementos de evaluación para medir la eficacia del proceso. Las Trabajadoras Sociales Comunitarias, en el caso del Ganchillo Social, han sido las encargadas de planificar el proceso de mejora del comercio de proximidad y actuar de mediadoras en las acciones que los propios comerciantes han diseñado, debatido y ejecutado, con la ayuda de las profesionales del Trabajo Social.

En esta línea, y como conclusión a nuestro TFG, queremos reivindicar el papel del Trabajo Social Comunitario en la mejora de la cohesión y del bienestar social. Para ello queremos plasmarlo en dos propuestas, una formativa y la otra laboral.

La primera propuesta es la de ampliar la formación en el campo del Trabajo Social Comunitario en los estudios de grado, que faciliten la educación de profesionales del Trabajo Social en un modelo de intervención que consideramos que va a tener un crecimiento notable en los próximos años

La segunda propuesta es la incorporación de la figura de Trabajador Social Comunitario dentro del catálogo de servicios sociales de la Administración. Su labor como integrador y nexo de unión entre todos los agentes que conforman una comunidad debería de extenderse a todos los territorios, no solamente para



desarrollar procesos comunitarios puntuales, sino para asentarse de manera permanente y ser el ganchillo que teje las redes de la comunidad.

*Tabla 4. Relación entre objetivos específicos, análisis y conclusiones y propuestas*



## 9. Bibliografía

- Abreu, J.L. (Julio 2012). Hipótesis, Método & Diseño de Investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*, (7), 187-197.
- Alberich, T et al (2009). *Metodologías Participativas*. Madrid, España: Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible (CIMAS).
- Ayuntamiento de Zaragoza., *Propuesta nº 13 de La Cultura transforma el Centro*, propuestas para la revitalización del Centro Histórico de Zaragoza.
- Campos, G. & Lule, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad, *Xihmai*. (13), 45–60.
- Carabancheleando. (2017). *Diccionario de las periferias. Métodos y saberes autónomos desde los barrios*. Madrid: Traficantes de Sueños, 34-36.
- Cepaim, Convivencia y Cohesión Social. (2014) *Guía de Herramientas para la cohesión social*. Fundación Cepaim, Convivencia y Cohesión Social. Área de Acción Comunitaria Intercultural.
- Consejo de Europa/Comité Europeo para la Cohesión Social. 2004. *Revised Strategy for Social Cohesion*, CDSCS, 10
- Consejo General del Trabajo Social. (Octubre 2016). Trabajo social en barrios: sistematizando y visibilizando retos y dilemas. *Servicios Sociales y Política Social: Trabajo Social en barrios*, XXXVIII, 10-11.
- Corbetta, P. (2003). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: Mc GRAW-HILL.
- Delgado, M. (7 de noviembre de 2016). Jane también callejea por Madrid. *El País*.
- El Ganchillo Social (2018) *Memoria Fase 0 Plan de dinamización del pequeño comercio del Barrio Jesús*. Zaragoza: El Ganchillo Social. Documento inédito
- El Ganchillo Social (2017) *Memoria Fase 0 Plan de dinamización comercio local del casco histórico San Pablo-Conde Aranda*. Zaragoza: El Ganchillo Social. Documento inédito
- El Ganchillo Social (2018) *Memoria Fase 1 Plan de dinamización comercio local del casco histórico San Pablo-Conde Aranda*. Zaragoza: El Ganchillo Social. Documento inédito
- El paseo de Jane*, Tejiendo redes a pie de calle. (2016). Madrid.
- Ferro M., G. (2010). *Guía de observación etnográfica y valoración cultural de un barrio*. Apuntes, 23 (2), 182-193.
- Fundación Federico Ozanam. (2013). *Se presenta la propuesta Casco Histórico Socialmente Responsable*. 2018, mayo 11, de Fundación Federico Ozanam, documento inédito.
- Giménez, C. & Malgesini, G. (1997) *Guía de Conceptos sobre Migraciones*. Madrid: La cueva del oso, 203-204.
- Giménez et al, M. et al (2015). *Juntos por la convivencia, Claves del proyecto de Intervención Comunitaria Intercultural*. Madrid: Obra Social "La Caixa".

- Gimeno, Ch. y Álamo, J.M. (2018). *Trabajo Social Comunitario: hacia unas políticas públicas sostenibles.*, (8), 167-194.
- Gómez, P. (1994) *El papel económico y social del pequeño comercio: un modelo de análisis* (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, 33.
- Gómez, P (2006) *Inmigración y comercio en Madrid: empresarios, consumidores, trabajadores y vecinos: Observatorio de las Migraciones y la Convivencia Intercultural de la Ciudad de Madrid*. Madrid: Ayuntamiento.
- Gómez, P. (2013). El comercio de barrio como espacio de sociabilidad en contextos locales de migración. *Revista Latinoamericana*, 12, (35), 143-163.
- Gómez, J.D., Domínguez, J., & Martínez, M. (2016). Trabajo Social comunitario en la regeneración de zonas urbanas vulnerables. *Comunitaria*, (16), 59-79
- Gordo, A. J. & Serrano, A. (2008) *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social*, España: Pearson Educación, 75-94
- Guber, R. (2001) *La etnografía: método, campo y reflexibilidad*. Grupo Editorial Norma, 57.
- Hernández, P. J., & Marchioni, M. (2006). Educación y desarrollo comunitario: Dialogando con Marco Marchioni. *Cuestiones Pedagógicas*, 285-300.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2007). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill
- La Rueda Asociación. *Servicio de Convivencia en Barrios*. 2018, mayo 11.
- Lillo, N & Roselló, E. (2001) *Manual para el Trabajo Social Comunitario*, Madrid: Narcea S.A. de ediciones, 19
- Marchioni, M. (2002). *Organización y desarrollo de la comunidad: La intervención comunitaria en las nuevas condiciones sociales*, 11.
- Marchioni, M. (2013). Espacios transnacionales. *Revista latinoamericana-europea de pensamiento y acción social*, (3), 92-100.
- Martínez, A. (2007) *Revista perfiles libertadores: La observación y el diario de campo en la definición de un tema de investigación*.
- Maya, I. (2009) Sentido de comunidad y potenciación comunitaria. *Mirada*. (2), 69-109.
- Mogollón, I.& Legarreta, M. (2015). Estrategias colectivas para la sostenibilidad de la vida en tiempos de crisis. El caso de Calafou. *ENCRUCIJADAS. Revista Crítica de Ciencias Sociales*, (9).
- Montenegro, M. & Pujol, J. (2008). Derivas y actuaciones. Aproximaciones metodológicas. En: A. Gordo and A. Serrano, ed., *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social*. Pearson Educación, 75-94.
- Pastor, E. (2001). Iniciativa social y trabajo social comunitario. *Cuadernos de trabajo social*, 169-191.

- Pastor, E. & Torralba, R. (2015). Trabajo Social Comunitario: aprendiendo de las prácticas en barrios desfavorecidos de la Región de Murcia (España). *Interacción y perspectiva: revista de Trabajo Social*, 12-35.
- Pastor, E. & Marchioni, M. (2016). Trabajo social en barrios: sistematizando y visibilizando retos y dilemas. *Servicios sociales y política social*. (112), 10-11.
- Plan Estratégico de Ciudadanía e Integración 2007-2010*, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Dirección General de Integración de los Inmigrantes.
- Plan Local de Equipamiento Comercial de Zaragoza (2009). *Síntesis del P.L.E.C.Z. Gobierno de Aragón*.
- Rioja Acoge (2014). *Dossier proyecto Comercio+Cultura*. Logroño: Rioja Acoge, documento inédito.
- Risier, J. & Ares, P. (2013) *Manual de mapeo colectivo: recursos cartográficos críticos para procesos territoriales de creación colaborativa*. Buenos Aires: Tinta Limón.
- Rodríguez, M. D. (2014). El enfoque del empowerment: piedra angular del trabajo social comunitario en el siglo XXI. *Trabajo social hoy*, 27-42.
- Rodríguez, M. D. (2015). Ciudadanía y participación: conceptos y realidades en Trabajo Social Comunitario. *Revista Internacional de Trabajo Social y Bienestar*, 5-12.
- Romero, B. (2016). *Experiencias del trabajo social comunitario desarrollado en el barrio de la Macarena (Sevilla)*.
- San Román, T. (1995). "Primera parte: discurso sobre la alterofobia", en los muros de la separación. *Universidad Autónoma de Barcelona*, 11-26.
- Suárez, L. (2005). Ciudadanía e inmigración: ¿un oxímoron? *Revista Puntos de Vista, Cuadernos del Observatorio de las Migraciones y de la Convivencia Interculturalidad de la Ciudad de Madrid*, (4), 29-47.
- Torres, F. (2005). Los espacios públicos en la ciudad multicultural: Reflexiones sobre dos parques en Valencia. *Puntos de Vista, Cuadernos del Observatorio de las Migraciones y de la Convivencia Intercultural de la Ciudad de Madrid*, (1), 33-49.
- Zegrí, M., Navarro, J. & Atamburur, M. (2009). Gestión de la Diversidad entre Pequeños Comercios de Barcelona. Análisis de una Experiencia de Mediación Comunitaria Intercultural. *Psychosocial Intervention*, (18), 37-45.

## 10. Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Mapa de Zaragoza de población por sección censal (2014) .....	8
Ilustración 2. Mapa mallado de población joven de Zaragoza (2014) .....	9
Ilustración 3. Imagen de satélite del Barrio de San Pablo (abril, 2017) .....	10
Ilustración 4. Plano de ubicación del Barrio de San Pablo respecto al centro histórico de Zaragoza. ....	11
Ilustración 5. Calle de San Pablo en 1980. ....	12
Ilustración 6. Calle de Miguel de Ara (2006) .....	13
Ilustración 7. Oferta de vivienda de alquiler turístico de Airbnb en el Barrio de San Pablo (2018) .....	13
Ilustración 8. Imagen de satélite del entorno del Barrio de San Pablo (2017) .....	14
Ilustración 9. Imagen de satélite del Barrio de Jesús (2017) .....	15
Ilustración 10. Plano de ubicación del Barrio Jesús respecto al centro histórico de Zaragoza.....	16
Ilustración 11. Vista aérea del Barrio Jesús (1930) .....	17
Ilustración 12. Calle de Jesús (1960) .....	17
Ilustración 13. Vista aérea del Barrio Jesús (1970) .....	18
Ilustración 14. Imagen de satélite del Barrio Jesús (2017). ....	19
Ilustración 15. Edificio rehabilitado de la antigua Azucarera del Rabal, sede de Zaragoza Activa. ....	19
Ilustración 16. Imagen de satélite del entorno de la calle Pedro Arnal (2017) .....	20
Ilustración 17. Mapa de zonificación comercial del Barrio Jesús.....	37
Ilustración 18. Paseo vecinal por el Mercado del Arrabal .....	39
Ilustración 19. Paseo vecinal por el parque del Arrabal .....	40
Ilustración 20. Taller Hacedores del Rabal.....	41
Ilustración 21. Cartel Día del Rabal .....	41
Ilustración 22. Día del Rabal.....	42
Ilustración 23. Cartel para la constitución del Grupo Motor .....	45
Ilustración 24. Bolsas del Pequeño Comercio del Gancho.....	46
Ilustración 25. Cartel Paseo comercios .....	47
Ilustración 26. Cartel Comercio y Jornada Puertas abiertas .....	48

## 11. Índice de tablas

Tabla 1. Grupo Motor .....	30
Tabla 2. Intervención con comercios .....	35
Tabla 3. Relación entre herramientas de evaluación y criterios de cohesión social .....	52
Tabla 4. Relación entre objetivos específicos, análisis y conclusiones y propuestas .....	54



## 12. ANEXOS

### Anexo 1

#### FICHA OBSERVACIÓN Nº :

Fecha:

Mañana/Tarde:

Ubicación:

Hora de inicio de observación:

Hora de fin de observación:

Investigadores/as:

Dónde se sitúa el investigador: (Ej: banco de un parque, esquina de una plaza, etc)

Boceto del lugar de observación: (Dibujar el espacio)

#### **Guion de observación:**

##### Entorno físico (ambiente físico):

- × Tamaño, distribución del espacio:
- × Infraestructuras, edificios:
- × Accesos, aceras, zonas ajardinadas, etc.:
- × Comercios, entidades, (Ej. : sitios con funciones):
- × Otros aspectos observables del entorno físico: (Ej. : "hay una palera rota, una fuente, aspectos de limpieza, aparcamientos llenos, vacíos")
- × Otros aspectos del ambiente (Ej. : ruido, humo, olores, contaminación, ...)

##### Personas (ambiente social y humano):

- × Nº personas,
- × Afluencia (cada cuanto pasan, etc.)
- × M/H/O
- × Edad aproximada
- × Origen étnico

- × Nacionalidad
- × Nivel socioeconómico
- × Ocupación
- × Vestimenta
- × Otros
- ×

(recoger descripción de cada individuo uno a uno)

Interacciones, qué hacen:

- × Van sol@s/en pareja/en grupo
- × Interaccionan entre ell@s ¿cómo? (hablan, gesticulan, se ríen,)
- × Estilo de comunicación (conversación, gritan, )
- × ¿Qué hacen? (solo pasan, entran a comprar, pasean al perro, etc.)
- × ¿Qué artefactos usan y con qué funciones? (“llevan bolsas, usan el móvil, llevan una carretilla,...”)

## Anexo 2

### ENTREVISTA GANCHILLO SOCIAL

#### **¿Cómo va el grupo motor del Gancho?**

El Grupo motor de comerciantes se ha ido acostumbrando a reunirse cada equis días y pensar que pueden hacer para mejorar el comercio, que ya se empiezan a motivar y empiezan a decirles a sus comercios vecinos que por qué no se unen. Se poliniza la información, hay más gente, se animan entre ellos. Primero es la creación del grupo motor y después la consolidación de ese grupo, de unas personas que durante un año continúan acudiendo y, por último, el aumento de grupo motor.

Hemos visto en el Gancho que había dos asociaciones de comerciantes que estaban apagadas, pero a raíz de este movimiento hay gente que se ha asociado y se están uniendo y retomando. Desde la Administración pública se ha creado la Comisión de Economía, en la que están los comercios, nuestro plan, la administración... y hay comerciantes que acuden a las reuniones. Normalmente solo van representantes, pero a estas acuden.

#### **¿Qué se ha realizado con el grupo motor?**

Se han realizado acciones individuales en varios comercios, jornadas de puertas abiertas, los paseos comunitarios, entrando en comercios y la gente ha empezado a entrar a los comercios a partir de eso. También hemos hecho bolsas del pequeño comercio, para que los comerciantes se las regalen a los vecinos y vecinas. Otro ejemplo es que ellos necesitaban formación y se está realizando. La administración se está dando por aludida y están dando respuesta a esas peticiones. Entonces la unión se ha creado y nosotras somos la pieza entre población, administración y recursos. Se van uniendo otras asociaciones para tener más fuerza.

#### **¿Cómo se puede demostrar que aumenta el número de compradores y la cohesión?**

Es siempre a largo plazo. No se puede demostrar ya. Sí que hay pequeñas señales que indican que se va hacia el largo plazo. El conocer a las vecinas que van a comprar crea cohesión y por lo tanto mejora la convivencia. Pero estos procesos comunitarios para que sean efectivos necesitan tiempo, es complicado por las normas que imponen de demostrar resultados ya, pero los indicadores más valiosos son escuchar a los vecinos y a los comerciantes, cómo sienten ellos el proceso y su ilusión.

En el barrio Jesús se van viendo indicadores, porque en la última reunión tenían muchas ideas y ganas de realizar cosas, abordándonos con propuestas y energía. No vienen a ver que ofreces, sino que ellos proponen.

#### **¿Cómo funcionan las Jornadas de puertas abiertas?**

El PICH nos da una cantidad de dinero y cada comerciante propone qué quiere hacer, adaptado a su comercio, para que la gente vaya a conocerlo. Ya no a comprar, sino a conocer. Como una tienda de instrumentos con sorteo y conciertos, una peluquería que durante una tarde cortaba y peinaba gratis...

#### **¿Qué papel tienen los trabajadores sociales en este proyecto? ¿Y vosotras habéis realizado algún tipo de formación especial para ello?**

Un papel de acompañar el proceso, de estar, cuidar a la gente y gestionar en lo que es la acción, para estar al final del proceso en un papel secundario. En lo previo a la acción, un papel de dinamización o conexión

e impulso a la acción. Crear y organizar acciones comunitarias, hacer posible esa conexión entre diferentes agentes hasta que la acción se lleva a cabo, crear esas redes entre los tres agentes comunitarios: población, administración y recursos.



## Anexo 3

Nombre del Comercio	Calle / P. J.V. / Vía	N°	Tipo de comercio	Categoría	Antigüedad	Email	Teléfono	Móvil	Hora apertura mañanas	Hora cierre mañanas	Hora apertura tardes	Hora cierre tardes	Cerra a mediodía	Horario sábados y domingos	Zona	Requiere Comento	Acepta LOPD
Duplica	Ajazzón	2	Carnicería, Charcutería	Alimentación					9:00.00	14:00.00	17:00.00	20:00.00	Si	S 09:00 - 14:00	2 - Paseo Longares	Si	No
Hijas	Ajazzón	2	Verdulería, Frutería	Alimentación	1				8:30.00	13:30.00	17:00.00	20:30.00	Si	S 09:00 - 14:00	2 - Paseo Longares	Si	Si
CoplaPaseo	Ajazzón	2	Paperería, Regalos	Bazar, papetería, regalos	8				10:30.00	13:30.00	16:30.00	20:00.00	Si		2 - Paseo Longares	Si	Si
Rafelova	Ajazzón	20	Iluminación	Especializado	25				9:00.00	13:00.00	16:30.00	20:00.00	Si		2 - Paseo Longares	Si	No
Autoservicios <del>Guipúzcoa</del>	Ajazzón	16	Autoservicios	Formación, centros educativos, autoservicios	10				9:30.00	13:30.00	16:30.00	20:30.00	Si		2 - Paseo Longares	Si	No
Cafetería Los Arcos	Ajazzón	22	Bar/Cafetería/Restaurante	Hostelería									No		2 - Paseo Longares	Si	No
Cafetería <del>Sociales</del>	Ajazzón	55	Bar/Cafetería/Restaurante	Hostelería	100								No		2 - Paseo Longares	Si	No
Las Torres	Ajazzón	16	Bar/Cafetería/Restaurante	Hostelería	4				8:00.00			12:00.00	No		2 - Paseo Longares	Si	Si
La Picadilla Bar Restaurante	Ajazzón	26	Bar/Cafetería/Restaurante	Hostelería	1								No		2 - Paseo Longares	Si	Si
Pulsar	Ajazzón	24	Diseño gráfico	Otros	7										2 - Paseo Longares	Si	Si
Aldebar Inmobiliaria	Ajazzón	10	Inmobiliaria	Otros	11				10:30.00	13:30.00	17:00.00	20:00.00	Si		2 - Paseo Longares	Si	Si
Instalaciones Eléctricas Figueras	Ajazzón	5	Electricidad	Reformas, construcción, teleros											2 - Paseo Longares	Si	No
Servicio Gas	Ajazzón	6	Fuente, calefacción, aire acondicionado	Reformas, construcción, teleros											2 - Paseo Longares	Si	No

Tabla de recopilación de datos de pequeños comercios. Por cuestiones de privacidad hemos eliminado direcciones de correo electrónico y números de teléfono



# ENCUESTA SOBRE EL COMERCIO

Si vives en el barrio marca tu casa con una X

Esta es una encuesta especialmente dirigida a aquellas personas que viven, trabajan o hacen sus compras en el Gancho. Con ella queremos obtener información sobre formas de compra, necesidades e ideas relacionadas con el comercio.

Desde el PICH (Plan Integral del Casco Histórico) se desarrolla este Plan que trabaja para conectar al vecindario con su comercio de proximidad, fomentando el desarrollo sostenible y respetuoso del barrio.

### TUS COMPRAS

Evalúa, ¿cuánto conoces el comercio de la zona?  
(1 no lo conoces - 5 lo conoces mucho)

☐ 1    ☐ 2    ☐ 3    ☐ 4    ☐ 5

¿Qué volumen de compras realizas en el barrio?

Ninguna 0%	Pocas 10 - 20%	La mitad 30 - 60%	La mayoría 60 - 80%	Todas + 80%
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Cuándo buscas un producto o servicio ¿de qué forma lo haces?

☐ Búsqueda por Internet  
☐ Consulta en páginas amarillas o guías de empresas  
☐ Pregunto a vecindario, familiares, amigos/as, conocidos, etc.  
☐ Lo encuentro en publicidad en tu zona  
☐ Otro: \_\_\_\_\_

¿En qué tipo de establecimiento haces tus compras habituales?

☐ Pequeño comercio  
☐ Mercado  
☐ Supermercados  
☐ Hipermercados  
☐ Compra online  
☐ Otro: \_\_\_\_\_

### ALGO SOBRE TI

**GÉNERO**

☐ Mujer    ☐ Hombre    ☐ No binario

**EDAD**

☐ 0 - 16    ☐ 17 - 25    ☐ 26 - 45  
☐ 46 - 60    ☐ 61 o más

**Número de personas que forman tu hogar**

☐ Una    ☐ Dos    ☐ Tres  
☐ Cuatro    ☐ Cinco    ☐ Seis o más

### TUS NECESIDADES

¿Qué productos o servicios echas en falta cerca de tu hogar?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿Crees que le falta algo al comercio local del barrio?  
Si es así, ¿qué crees que necesita?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_


\_\_\_\_\_

Si tuvieses que proponer una idea para mejorar el comercio de tu barrio ¿cuál sería?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



5. Si vives en el Gancho ... (Si tu calle no aparece, indica la calle más cercana)

Marca solo un óvalo

- ☐ Zona de San Pablo, San Blas, Boggiero (hasta plaza Santo Domingo)
- ☐ Zona de Las Armas, Costa Álvarez
- ☐ Zona de Plaza Santo Domingo
- ☐ Predicadores
- ☐ Conde Aranda
- ☐ César Augusto
- ☐ Zona de Santa Inés, Sta. Lucía, Cerro, La Salina, etc. (hasta plaza Europa)
- ☐ Zona Pignatelli

## Sobre tus compras

Ahora necesitamos que nos cuentes algo sobre tus hábitos de consumo

6. ¿Qué volumen de compras realizas en el barrio? \*

Marca solo un óvalo por fila

	Casi todas (más del 90%)	La mayoría (60-90%)	La mitad aproximadamente (30-60%)	Pocas (10-30%)	Ninguna
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Evalúa ¿cuánto conoces el comercio de la zona? \*

Marca solo un óvalo

	1	2	3	4	5	
Nó lo conozco nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Lo conozco mucho

8. Si necesitas comprar algún producto o servicio, ¿qué haces? \*

Marca solo un óvalo

- ☐ Lo busco primero en el barrio directamente
- ☐ Lo compro fuera solamente si sé que no hay en el barrio
- ☐ Me voy fuera a comprarlo
- ☐ Solo compro en el barrio si no tengo otra opción

## Encuesta sobre el Pequeño comercio del Gancho y Conde Aranda

¡Hola!

Este es una encuesta para personas que viven, trabajan o hacen sus compras en el Gancho. Está diseñada para obtener algo de información sobre formas de consumo que pueda ayudar al desarrollo sostenible y respetuoso del barrio.

Desde hace un tiempo estamos trabajando con comercios y vecindario para impulsar el comercio de proximidad de esta zona y por eso necesitamos la voz de las personas del barrio.

Este trabajo es posible dentro del Plan de Dinamización del pequeño comercio del PICH (Plan Integral del Casco Histórico) del Ayuntamiento de Zaragoza.

**\*Obligatorio**

### Algo sobre ti...

#### 1. Género

Marca solo un óvalo.

- ☐ Mujer  
☐ Género no binario  
☐ Hombre  
☐ Otro

#### 2. Edad

Marca solo un óvalo.

- ☐ 0 a 16  
☐ 17 a 25  
☐ 26 a 45  
☐ 46 a 60  
☐ 61 o más

#### 3. Sobre tu hogar... (nº personas incluyendo a ti) \*

Selecciona todas las que correspondan.

	1 (Vivo solo/a/o)	2	3	4	5	6	7	8 o +
¿Cuántas personas forman tu hogar?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Con cuántas compartes la compra?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### 4. ¿Dónde vives? \*

Marca solo un óvalo.

- ☐ En el barrio del Gancho  
☐ En otra zona del Casco Histórico *Después de la última pregunta de esta sección, pasa a la pregunta 5.*  
☐ En otra zona de la ciudad *Después de la última pregunta de esta sección, pasa a la pregunta 5.*  
☐ No vivo en Zaragoza *Después de la última pregunta de esta sección, pasa a la pregunta 5.*

9. Cuándo vas a buscar algún producto o servicio ¿de qué forma lo haces? \*

*Marca solo un óvalo.*

- ☐ Busco en Internet
- ☐ Consulta en páginas amarillas o guías de empresas
- ☐ Pregunto a vecindario, familiares, amigos/as, personas conocidas, etc
- ☐ La encuentro en publicidad en buzones
- ☐ Otro: \_\_\_\_\_

10. ¿En qué tipo de establecimiento haces habitualmente tus compras cotidianas?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- ☐ Pequeño comercio
- ☐ Mercado
- ☐ Supermercados
- ☐ Hipermercados
- ☐ Compra online
- ☐ Otro: \_\_\_\_\_

## Sobre tus necesidades

¿Qué echas en falta cerca de tu hogar?

11. Alimentación

*Selecciona todos los que correspondan.*

- ☐ Frutas y verduras
- ☐ Camicería
- ☐ Alimentos ecológicos
- ☐ Pescadería
- ☐ Frutos secos
- ☐ Alimentos no perecederos
- ☐ Ultramarinos
- ☐ Pan
- ☐ Pastelería y dulces
- ☐ Charcutería
- ☐ Vinos y licores
- ☐ Productos especializados (vegetarianos, veganos, sin gluten, ...)
- ☐ Comida preparada
- ☐ Otro: \_\_\_\_\_

## 12. Ropa, calzado y complementos

*Selecciona todos los que correspondan.*

- ☐ Moda y textil
- ☐ Lencería
- ☐ Calzado
- ☐ Complementos, joyería, relojería
- ☐ Otro: \_\_\_\_\_

## 13. Comercio especializado

*Selecciona todos los que correspondan.*

- ☐ Artículos de segunda mano
- ☐ Ferreterías
- ☐ Bicicletas
- ☐ Flores y semillas
- ☐ Productos para animales de compañía
- ☐ Muebles
- ☐ Inmobiliarias
- ☐ Informática
- ☐ Instrumentos musicales
- ☐ Tiendas de regalos, coleccionables y juegos
- ☐ Prensa
- ☐ Papelería/ librería
- ☐ Imprenta/copistería
- ☐ Fotografía
- ☐ Hogar
- ☐ Decoración y artes plásticas
- ☐ Otro: \_\_\_\_\_

#### 14. Servicios

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Peluquería
- ☐ Estética
- ☐ Ocio y cultura
- ☐ Reparación
- ☐ Farmacias
- ☐ Academias
- ☐ Herbolario
- ☐ Terapias y tratamientos
- ☐ Tatuajes y piercings
- ☐ Clínicas médicas
- ☐ Clínicas veterinarias
- ☐ Cursos y talleres
- ☐ Lavandería
- ☐ Otro: \_\_\_\_\_

15. ¿Crees que le falta algo al comercio local del barrio? ...si es así ¿qué crees que le falta?

\_\_\_\_\_

16. Si tuvieses que proponer una idea para mejorar el comercio de tu barrio ¿cuál sería?

\_\_\_\_\_

#### ¡Ya hemos acabado!

La información que has proporcionado es muy útil para implementar mejoras que incluyan las necesidades de las personas del barrio y así contribuir al desarrollo sostenible del entorno.

Si quieres estar al tanto de los avances del proyecto y que te mandemos información y resultados déjanos tu correo:

Y si quieres tener más información escríbenos a

[elganchillosocial@gmail.com](mailto:elganchillosocial@gmail.com)

¡Muchas gracias por tu tiempo!



